




3 1761 11633950 8



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116339508>



Catalogue 63-236 Annuel

Wholesaling and Retailing in Canada, 1993



Catalogue 63-236 Annuel

Les commerces de gros et de détail au Canada, 1993

Government
Publications

150



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,
Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541 or 1-613-951-3556) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	
Toronto (1-416-973-6586)	Calgary (1-403-292-6717)
Winnipeg (1-204-983-4020)	Vancouver (1-604-666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée au:

Section du Commerce de gros,
Section du Commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-3541 ou 1-613-951-3556) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	
Toronto (1-416-973-6586)	Calgary (1-403-292-6717)
Winnipeg (1-204-983-4020)	Vancouver (1-604-666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Wholesale Trade Section
Retail Trade Section

Wholesaling and Retailing in Canada, 1993

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de gros
Section du commerce de détail

Les commerces de gros et de détail au Canada, 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

May 1995

Price: Canada: \$45.00
United States: US\$54.00
Other Countries: US\$63.00

Catalogue No. 63-236

ISSN 1201-0588

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Mai 1995

Prix : Canada : 45 \$
États-Unis : 54 \$ US
Autres pays : 63 \$ US

N° 63-236 au catalogue

ISSN 1201-0588

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises, les administrations
canadiennes et les autres organismes. Sans cette
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible
de produire des statistiques précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.
- **L. Murphy**, chef, section du commerce de gros, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	7
Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey	8
For Further Reading	10
Annual Review - Wholesale Trade	11
Annual Review - Retail Trade	16
Table	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993	23
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993	23
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993	24
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993	24
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1993	25
3.2 Wholesale Trade - Food, Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1993	26
3.3 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1993	27
3.4 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1993	28
3.5 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1993	29
3.6 Wholesale Trade - Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1993	30

Table des matières

	Page
Faits saillants	7
Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail	8
Lectures suggérées	10
Revue annuelle - Commerce de gros	11
Revue annuelle - Commerce de détail	16
Tableau	
1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1983-1993	23
1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1983-1993	23
2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993	24
2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993	24
3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1993	25
3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac, Canada, 1993	26
3.3 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1993	27
3.4 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1993	28
3.5 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1993	29
3.6 Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1993	30

Table of Contents - Continued

3.7 Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1993	31
3.8 Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993	32
3.9 Wholesale Trade - Other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993	33
3.10 Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1993	34
3.11 Wholesale Trade - Grains, Canada, 1993	35
3.12 Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1993	36
4.1 Retail Trade - All Groups, Canada, 1993	37
4.2 Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1993	38
4.3 Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1993	39
4.4 Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1993	40
4.5 Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1993	41
4.6 Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1993	42
4.7 Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1993	43
4.8 Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1993	44
4.9 Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1993	45
4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1993	46
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1993	47
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1993	48

Tables des matières - suite

3.7 Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1993	31
3.8 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1993	32
3.9 Commerce de gros - Autres machines, matériel et fournitures, Canada, 1993	33
3.10 Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1993	34
3.11 Commerce de gros - Céréales, Canada, 1993	35
3.12 Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1993	36
4.1 Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1993	37
4.2 Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1993	38
4.3 Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1993	39
4.4 Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1993	40
4.5 Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1993	41
4.6 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1993	42
4.7 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1993	43
4.8 Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1993	44
4.9 Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1993	45
4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1993	46
4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1993	47
4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1993	48

Table of Contents - Continued

Tables des matières - suite

4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Service Stores, Canada, 1993	49	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1993	49
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1993	50	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1993	50
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1993	51	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1993	51
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1993	52	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1993	52
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1993	53	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1993	53
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993	54	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993	54
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993	54	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993	54
6.1 Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993	55	6.1 Recettes d'exploitation totales par la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993	55
6.2 Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993	58	6.2 Recettes d'exploitation totales par la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993	58
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1993	61	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1993	61
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1993	62	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1993	62
9.1 Wholesale Trade - Selected Price Indices, Canada, 1988-1993	63	9.1 Commerce de gros - Indices de prix divers, Canada, 1988-1993	63
9.2 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1987-1993	63	9.2 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1987-1993	63

Table of Contents - Concluded**Tables des matières - fin**

Methodolgy	65	Méthodologie	65
Data Quality	68	Qualité des données	68
Supplementary Tables		Tableaux supplémentaires	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1993	71	1.1 Tableau de qualité de données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1993	71
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, Canada, 1993	71	1.2 Tableau de qualité de données - Commerce de gros par province ou territoire, Canada, 1993	71
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1993	72	2.1 Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1993	72
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, Canada, 1993	72	2.2 Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par province ou territoire, Canada, 1993	72
Special Requests	73	Demandes spéciales	73
Glossary	74	Glossaire	74
Appendix I - Questionnaire	78	Annexe I - Questionnaire	78
Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1993	82	Annexe II - Couverture des groupes de commerce, commerce de gros, 1993	82
Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1993	84	Annexe III - Couverture de groupes de commerce, commerce de détail, 1993	84

Highlights

A strong economic performance in Western Canada fuelled the growth of wholesalers' and retailers' revenues in 1993. Revenues from wholesale trade rose 7.7% to total \$254.0 billion, while those from retail trade were up 5.7% to reach \$195.6 billion.

Revenues rose in all sectors of wholesale and retail trade. Wholesalers of apparel and dry goods registered the highest revenue increase (+13.2%). Drug stores posted the largest revenue increase in retail trade (+12.8%).

British Columbia was the province that recorded the highest revenue increase for both wholesale trade (+15%) and retail trade (+10%) fuelled by strong exports and a significant increase in its population. The Maritime provinces showed the weakest growth in revenue for both wholesale (+2.9%) and retail trade (+3.4%).

Retailers operated with higher gross margins as a percentage of total operating revenue (27.4%) than wholesalers (21.1%) in 1993. However, wholesalers earned higher profit margins (4.2%) than retailers (2.8%). Expenses on employee earnings and benefits were also higher for retailers (12.3%) than for wholesalers (8.5%).

Wholesalers selling goods to consumers (through retailers) tend to have lower gross margins than those selling to other businesses or foreign markets. However, both wholesalers and retailers of clothing have relatively high gross margins (28.4% and 43.3% respectively).

DID YOU KNOW THAT...

Wholesalers and retailers together contribute 12% of Canada's Gross Domestic Product and that it has been growing for the last 10 years. In comparison, manufacturing activities account for 17% of GDP.

Faits saillants

La croissance économique soutenue dans l'ouest du Canada a contribué à la hausse des revenus des grossistes et des détaillants en 1993. Les revenus des grossistes étaient de 254.0 milliards\$, en hausse de 7.7% par rapport à 1992, tandis que ceux des détaillants ont atteint 195.6 milliards\$, en hausse de 5.7%.

Les revenus de tous les groupes de grossistes et de détaillants ont augmenté. Les plus importantes hausses ont été enregistrées par les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (+13.2%). Chez les détaillants, les plus importantes augmentations ont été rapportées par les pharmacies (+12.8%).

C'est en Colombie-Britannique que les revenus ont augmenté le plus en 1993, autant pour les grossistes (+15%) que pour les détaillants (+10%) en raison de fortes exportations et d'une croissance rapide de la population de cette province. Par contre, les provinces maritimes ont affiché les plus faibles augmentations autant pour les grossistes (+2.9%) que pour les détaillants (+3.4%).

Les détaillants opéraient avec des marges brutes plus élevées en pourcentage de leurs revenus (27.4%) que les grossistes (21.1%) en 1993. Cependant, les grossistes ont dégagé des marges de profits plus élevées (4.2%) que les détaillants (2.8%). Les dépenses en salaires et traitements des détaillants ont également été plus élevées (12.3%) que celles des grossistes (8.5%).

Les grossistes qui vendent des biens aux consommateurs (par le biais des détaillants) ont généralement des marges brutes plus faibles que ceux qui vendent des biens destinés aux entreprises ou à l'exportation. Cependant, les grossistes et les détaillants de vêtements affichent des marges brutes parmi les plus élevées des deux secteurs (28.4% et 43.3% respectivement).

SAVIEZ-VOUS QUE...

Les grossistes et les détaillants contribuent ensemble à 12% du Produit Intérieur Brut du Canada et que cette part s'est accrue sans cesse depuis 10 ans. Comparativement, le secteur manufacturier compte pour 17% du PIB.

Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

Introduction

This is the first edition of *Wholesaling and Retailing in Canada*. This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* and *Annual Retail Trade*. Its objective is to present timely information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels for the previous calendar year. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

The New Survey

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of independent wholesalers and retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

This is the first year AWRTS estimates are published. The previous annual publications compiled estimates from both survey and administrative data. Survey data came from the Annual Wholesale Trade Survey, covering all known wholesale merchants; the ARC for chain and department store organizations; and the Annual Retail Trade Survey, covering all known independent retailers not covered by the ARC. Wholesale and retail operations under a certain revenue threshold were excluded from the survey. Administrative data came from income tax returns for corporations and unincorporated businesses. The change in survey method will improve the timeliness and the quality of estimates provided to users of Statistics Canada information.

Comparability

Changes in concepts and methodology may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data

Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

Introduction

Ceci est la première édition de *Les commerces de gros et de détail au Canada*. Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros et Commerce de détail annuel*. Son objectif est de présenter des données courantes sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial pour l'année civile précédente. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

La nouvelle enquête

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

C'est la première année que les estimations de l'EACGD sont publiées. Les publications annuelles précédentes obtenaient leurs estimations de données d'enquêtes et de données administratives. Les données d'enquête provenaient de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros, qui couvrirait tous les grossistes connus; l'EAMS pour les organisations de magasins à succursales et de grands magasins; et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail, qui couvrirait tous les détaillants indépendants connus qui n'étaient pas couverts par l'EAMS. Les exploitations de commerce de gros et de détail qui avaient des revenus sous des balises spécifiées étaient exclues de l'enquête. Les données administratives venaient de déclarations d'impôt sur le revenu de corporations et d'entreprises non incorporées. Ce changement de méthode d'enquête améliorera l'actualité et la qualité des estimations fournis aux utilisateurs des données de Statistique Canada.

Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener

collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWTS. The use of a sample-based survey also marks a break in the series from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by 1%.

The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion (i.e. 51% or more) of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimés préliminaires qui sont révisés à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail par 1%.

Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute (c'est-à-dire 51% et plus). La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual.	Ventes et stocks des grands magasins, mensuel, bilingue.	63-002
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de gros, mensuel, bilingue.	63-008
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541
Interprovincial Wholesale Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros, hors série, bilingue.	63-542

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada published a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada: 13.95 \$, États-Unis: 17 \$ US, et Autres pays: 20 \$ US.

Annual Review - Wholesale Trade

Source of data

This annual review is based on estimates extracted from this publication as well as data from the Monthly Wholesale Trade Survey. The structural description is based on data from this publication. Year-to-year comparisons are based on movements from the monthly survey because wholesale trade estimates from this publication are not directly comparable with previous years' annual survey estimates. Major differences in sampling, methodology and data processing make comparisons risky (as noted on page 9).

Introduction

Wholesalers contributed significantly to the economic growth of Canada in 1993. They registered a 7.7% growth rate for total sales of \$254.0 billion compared to 1992. They grew at a higher rate than the rest of the economy. Early in the economic recovery, fast growing Canadian exports and imports helped wholesalers to increase their revenues. It is worth mentioning that wholesalers contribute a significant part of total Canadian international trade.

Review by sector

Wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco constitute the largest trade group (21.6% of the sector) with sales of \$54.9 billion in 1993. This is an increase of 8.8% over 1992. Wholesalers of food products account for three quarters of this trade group's revenues and are characterized by high inventory turnover and low gross margins compared to other wholesalers.

Wholesalers of machinery, equipment and supplies (which include computers and software) comprise the second largest wholesale trade group with revenues of \$46.4 billion in 1993 (18.3% of the sector), an increase of 4.8% in 1993 over 1992. This has been one of the fastest growing sectors for the last two years. Canadian businesses (which are their main customers) invested intensively in the modernization of their production capacity to compete on international markets thus benefitting wholesalers selling these commodities. In addition, the phenomenal increase of computer and software sales contributed to the growth. Wholesalers of computer and software now represent 30% of all wholesalers of machinery, equipment and supplies. These wholesalers are characterized by their large inventories (they secure one third of all wholesalers inventories) and their high gross margins; their average gross margin is about 30%.

Revue annuelle - Commerce de gros

Source des données

Cette revue annuelle est basée sur des estimations de la présente publication ainsi que sur les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros. La description structurelle est basée sur les données annuelles tirées de cette publication. Les comparaisons d'une année à l'autre sont basées sur les mouvements de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros car les résultats du commerce de gros de la présente publication ne sont pas directement comparables avec ceux des enquêtes annuelles précédentes. D'importantes différences reliées à l'échantillonnage, la méthodologie et le traitement des données rendent la comparaison de ces données hasardeuse (tel que décrit sur la page 9).

Introduction

Les grossistes ont contribué de façon marquante à la croissance économique au Canada en 1993. Leurs revenus se sont élevés à 254.0 milliards\$, ce qui représente une augmentation de 7.7% par rapport à 1992. Ceci constitue une augmentation plus rapide que le reste de l'économie. Au sortir de la récession, l'augmentation rapide des exportations et des importations canadiennes a stimulée les ventes des grossistes. Rappelons que les grossistes assurent une part significative du commerce international du pays.

Revue par secteur

Les grossistes de produits alimentaires, de breuvages, de produits pharmaceutiques et de tabac constituent le groupe de commerce le plus important du commerce de gros (21.6% du secteur) avec des revenus de 54.9 milliards\$ en 1993. Ces revenus constituent une augmentation de 8.8% par rapport à 1992. Les grossistes en alimentation accaparent les trois quarts des revenus de ce groupe et sont caractérisés par une grande rotation de leurs inventaires et de plus faibles marges brutes que dans l'ensemble du commerce de gros.

Les grossistes de machines, matériel et fournitures (entre autres les ordinateurs et logiciels) constituent le deuxième plus grand groupe de commerce (18.3% du secteur) avec des revenus de 46.4 milliards\$ en 1993, soit une augmentation de 4.8% par rapport à 1992. Ce secteur est l'un de ceux qui ont crû le plus rapidement au cours des dernières années. Les entreprises canadiennes (qui sont leurs principaux clients) ont beaucoup investi dans la modernisation de leur capacité de production afin d'améliorer leur productivité pour faire face à la concurrence internationale, ce qui a favorisé les grossistes de ce secteur. De plus, la croissance phénoménale des ventes d'ordinateurs et de logiciels a également contribué à la croissance de ce groupe. Les grossistes d'ordinateurs et de logiciels revendent maintenant plus de 30% des revenus de ce secteur. Ces grossistes sont caractérisés par des inventaires élevés (ils accaparent le tiers des inventaires totaux du commerce de gros) et par des marges brutes élevées; ils ont en moyenne des marges brutes de 30% sur leurs revenus.

The third largest trade group consists of other wholesalers which include wholesalers selling goods as diverse agricultural chemicals (15% of trade group sales), paper and paper products (13%), industrial and household chemicals (13%), sporting goods and waste materials. These wholesalers sold goods for \$34.7 billion in 1993.

Provincial review

The surge of wholesalers' revenues was mainly fuelled by western provinces. Wholesalers' revenues jumped 15% in British Columbia and 11% in Alberta and Saskatchewan. Trade groups involved in exporting natural resources, such as grains, petroleum, natural gas, lumber (see Fig. 1) benefited from the initial phase of the economic recovery in Canada as well as in the United States. These trade groups are predominant in western provinces. For instance, Alberta claims one quarter of total Canadian petroleum products wholesalers' revenues. British Columbia, in addition to being an important exporter of lumber and forest products, saw its wholesalers benefit from its excellent economic performance through 1993. In Manitoba the sales increase was slightly lower than the regional trend (+7.0%). Almost half of wholesalers' sales in this province consist of grains, especially wheat. In 1993, the weather conditions were not particularly good. This had a negative impact on the year's wheat crop.

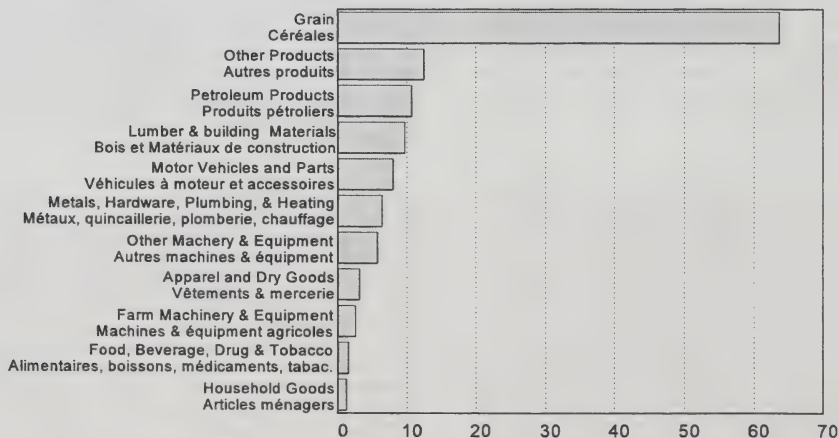
Le troisième plus important groupe de commerce est constitué des autres grossistes qui vendent des produits aussi divers que des produits chimiques pour l'agriculture (15% des revenus), le papier et les produits du papier (13%) et les produits chimiques industriels et ménagers (13%), les articles de sport et les produits de rebuts. Les revenus de ce groupe de commerce se sont chiffrés à 34.7 milliards\$ en 1993.

Revue par province

La croissance des revenus des grossistes a été particulièrement remarquable dans l'ouest du pays. Les revenus des grossistes ont progressé de 15% en Colombie-Britannique et de 11% en Alberta et en Saskatchewan. Les groupes de commerce tournés vers l'exportation (tels céréales, pétrole, gaz naturel, bois d'oeuvre) ont beaucoup profité de la reprise économique au Canada ainsi que chez nos voisins du sud (voir Fig. 1). Or ces groupes de commerce sont très présents dans les provinces de l'ouest. Par exemple, l'Alberta accapare le quart des revenus des grossistes en produits pétroliers du pays. La Colombie-Britannique, en plus d'être un important exportateur de bois d'oeuvre et de produits forestiers, a vu l'ensemble de ses grossistes profiter de l'excellente performance de son économie en 1993. Seul le Manitoba se distingue des autres provinces de l'ouest en affichant une augmentation de ses revenus légèrement inférieure à la moyenne canadienne (+7.0%). Près de la moitié des ventes des grossistes de cette province sont constituées de céréales, surtout de blé. Or les conditions climatiques ont été défavorables à la culture du blé en 1993 de sorte que les ventes de blé n'ont pas été aussi bonnes qu'elles auraient dû l'être.

Figure 1

Exports by Trade Group as a Percentage of Total Revenues, 1993
Exportations par groupe de commerce en pourcentage des revenus totaux, 1993



At the other end of the country, in the Atlantic provinces, wholesalers' revenues went up only in Nova Scotia (+6.8%) and Newfoundland (+4.9%). In New Brunswick and Prince Edward Island, wholesalers' revenues decreased by 2.0% and 9.6% respectively. Sales by wholesalers of food products (which includes fish and potatoes) represent a large share of wholesale trade in these provinces. It is as high as 50% in Newfoundland, 41% in Prince Edward Island and 30% in Nova Scotia compared to 21% for the whole country.

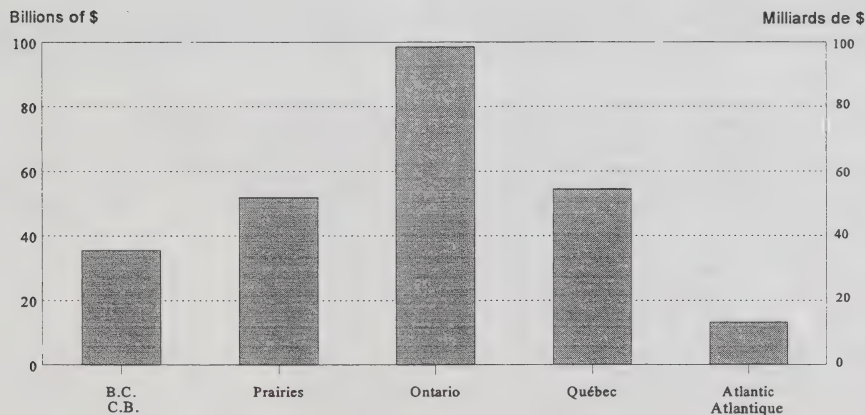
After the severe recession in the early 90's, the fishing industry in Atlantic provinces now suffers serious problems because of decreasing fish stocks. Therefore, wholesalers' revenues in most Atlantic provinces have not reached their pre-recession level.

Dans les provinces maritimes, la Nouvelle-Ecosse (+6.8%) et Terre-Neuve (+4.9%) ont été les seules provinces à afficher des augmentations des revenus de leurs grossistes. Au Nouveau-Brunswick les revenus ont diminué de 2.0% et de 9.6% à l'Île-du-Prince-Édouard. Les ventes des grossistes en produits alimentaires (surtout le poisson et la pomme de terre) occupent une place prépondérante dans le commerce de gros de ces provinces. Cette proportion est de près de 50% à Terre-Neuve, 41% à l'Île-du-Prince-Édouard et 30% en Nouvelle-Écosse, comparativement à 21% pour l'ensemble du pays.

Après la sévère récession du début des années 90, l'industrie de la pêche des provinces de l'Atlantique éprouve des problèmes en raison de la diminution des stocks de poissons. Ainsi dans cette région du pays, les revenus des grossistes de la plupart des provinces n'ont pas encore surpassés leur sommet d'avant la récession.

Figure 2

Wholesale Trade Provincial Distribution, 1993
Distribution provinciale du commerce de gros, 1993



In Ontario, wholesalers secured 46% of all sales of machinery, equipment and supplies in Canada and 52% of sales of motor vehicles and parts. But this province accounts for 39% of total Canadian wholesale trade (see Fig. 2). The good performance of these sectors contributed to the 7.5% increase of wholesalers' revenues in 1993 over 1992.

Dans le centre du pays, l'Ontario accapare 46% des revenus des grossistes de machines, matériel et fournitures et 52% des revenus des grossistes de véhicules automobiles alors que son poids est de 39% pour l'ensemble du commerce de gros (Fig. 2). La bonne performance de ces secteurs a contribué à faire en sorte que les grossistes de cette province ont vu leurs revenus augmenter de 7.5% en 1993 par rapport à 1992.

On the other hand, wholesalers in the province of Quebec

Pour leur part, les grossistes du Québec ont vu leurs revenus

have increased their revenues by 3.7% which is significantly under the national average. A total of 51% of sales made by wholesalers of apparel and dry goods and 29% of sales made by wholesalers of household goods were made by Quebec wholesalers. But its weight in Canadian wholesale trade is only 22%. These sectors are more dependent on the domestic market, but in 1993 the economy was mainly supported by foreign markets and the business sector than by consumer spendings.

Financial profile

Wholesalers' gross margin (the difference between revenues and purchases adjusted for change in inventory, but excluding salaries and wages) was 21.1% in 1993. Figure 3 shows that the highest gross margin was reported by wholesalers of machinery, equipment and supplies with 29.7% followed by wholesalers of apparel and dry goods with 28.4%. The lower gross margins were reported by wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco (15.3%), petroleum products (17.4%) and motor vehicles parts and accessories (17.9%).

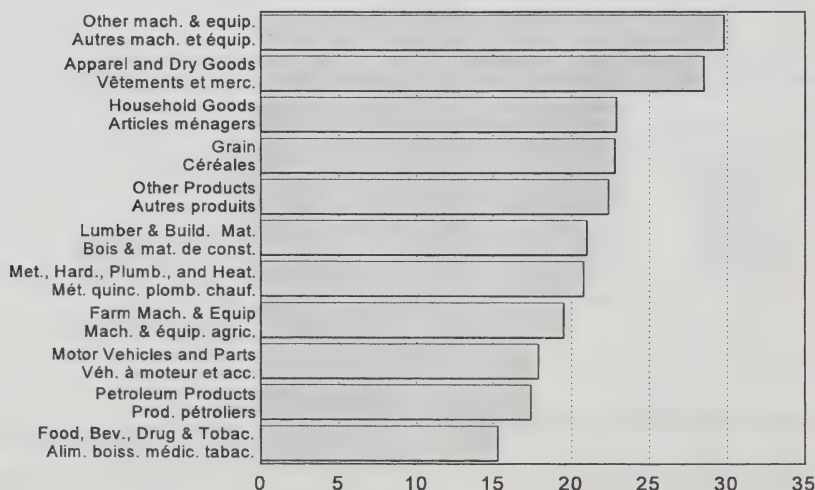
augmenter de 3.7% ce qui est nettement en deçà de la moyenne canadienne. Le Québec regroupe 51% du commerce de gros du vêtement et du textile du pays et 29% du meuble alors que son poids dans l'ensemble du commerce de gros canadien est de 22%. Ces secteurs sont plus tributaires du marché domestique et surtout du comportement des ménages. Or, l'économie tout au long de 1993 a été davantage soutenue par les marchés étrangers et les entreprises que par les consommateurs canadiens.

Profil financier

Les grossistes ont affiché une marge brute (la différence entre les revenus et les achats ajustés pour la variation des stocks excluant les salaires et traitements) de 21.1% en 1993 (Fig.3). Ce sont les grossistes d'autres machines, matériel et fournitures qui ont la marge brute la plus élevée avec 29.7% suivi des grossistes de vêtements et articles de mercerie avec 28.4%. Les plus faibles marges ont été enregistrées par les grossistes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac (15.3%), les grossistes de produits pétroliers (17.4%) et les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires (17.9%).

Figure 3

Gross Margin by Trade Group as a Percentage of Total Revenues, 1993
Marge brute par groupe de commerce en pourcentage de revenus totaux, 1993



Wholesalers with the highest gross margins generally require a more labour input which is reflected in higher spending on wages and salaries. Wholesalers of machinery, equipment and supplies reported wages and salaries representing 15.2% of their total revenues followed by wholesalers of metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies (10.6%) and lumber and building materials (10.4%). On the other hand, wholesalers of petroleum products (2.6%), grains (3.4%) and food, beverages, drugs and tobacco (5.8%) spent relatively less on employee earnings and benefits. Salaries and wages tend to be higher as a proportion of total revenues for commodities of high value and lower for commodities sold in bulk.

Wholesalers of farm machinery, equipment and supplies, other machinery, equipment and supplies, and household goods carry higher inventories. Wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco, and petroleum products carry very little inventories and consequently have higher inventory turnover ratios.

Other aspects

During 1993, wholesalers' average weekly earnings increased by 2.4% to \$607.28. Meanwhile the number of employees decreased by 0.5% while productivity of the sector grew.

Les grossistes affichant les marges brutes les plus élevées doivent par contre supporter des dépenses plus élevées en salaires et traitements. Ce sont les grossistes d'autres machines, matériel et fournitures qui dépensent le plus en salaires et traitements, soit 15.2% de leurs revenus totaux. Viennent ensuite les grossistes de métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage (10.6%) et les grossistes de bois et matériaux de construction (10.4%). Par contre, les grossistes de produits pétroliers (2.6%) et de céréales (3.4%) et de produits alimentaires, boissons, médicaments et produits du tabac (5.8%) dépensaient moins en salaires et traitements. Les dépenses en salaires et traitements sont plus élevées pour les grossistes qui vendent des biens dont le prix unitaire est élevé tandis qu'elles sont plus faibles pour les biens transigés en vrac.

Le niveau des inventaires est plus élevé pour les grossistes de machineries agricoles, d'autres machineries, de meubles et de produits semblables. Les grossistes en produits alimentaires et en produits pétroliers affichent les plus faibles niveaux d'inventaires relativement aux revenus.

Autres aspects

En 1993, le salaire hebdomadaire moyen du commerce de gros s'est accru de 2.4% pour atteindre 607.28\$. Pendant ce temps le nombre de salariés diminuait de 0.5% alors que la productivité du secteur s'est accrue.

* Gilles Simard is an analyst for the Wholesale Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613)951-3541).

* Gilles Simard est un analyste de la section du Commerce de gros de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613)951-3541).

Annual Review - Retail Trade

Retailers in Canada had a very successful year in terms of revenues in 1993. All trade groups registered increased revenues to reach \$195.6 billion, an increase of 5.7%¹ from 1992. In comparison, the Consumer Price Index for goods rose 1.8% over the same period.

Drug stores were the major group with the highest increase in their revenues in 1993 (+12.5%). At a more detailed level, six out of 16 trade groups saw their revenues rise by more than 10% in 1993. The strongest increase was by shoe stores (+12.8 %).

Revue annuelle - Commerce de détail

Les détaillants canadiens ont connu une année assez fructueuse sur le plan des revenus en 1993. Tous les groupes de commerce ont enregistré des hausses pour pousser les recettes des détaillants à 195.6 milliards\$, une augmentation de 5.7%¹ comparativement à 1992. À titre de comparaison, l'Indice de prix à la consommation pour les biens a augmenté de 1.8% pendant la même période.

Les pharmacies sont le groupe majeur qui a enregistré la plus forte augmentation de ses recettes en 1993 (+12.5%). À un niveau plus détaillé, six groupes de commerce sur 16 ont vu leurs revenus augmenter de plus de 10% en 1993. La plus forte hausse a été du côté des magasins de chaussures (+12.8%).

Text Table 1
Tableau explicatif 1

All major groups saw their revenues increase
Tous les groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter

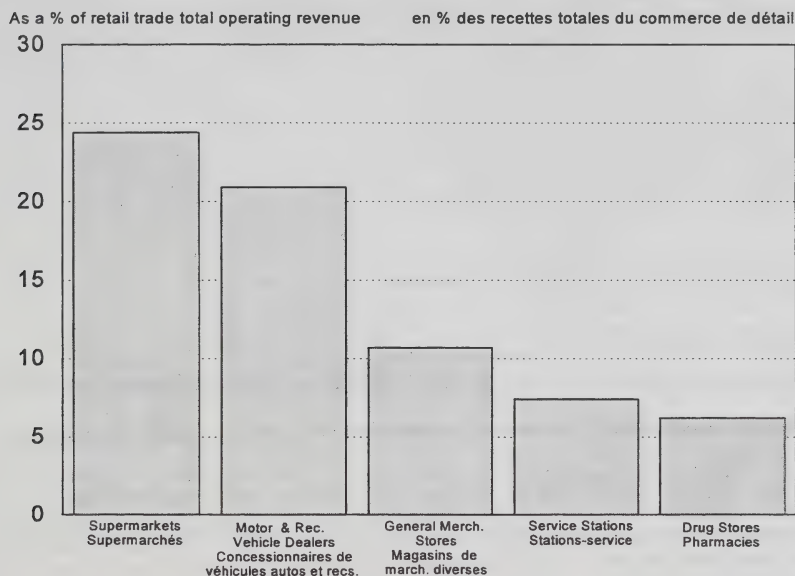
Major group Groupe majeur	1992 millions-millions	1993	% Change Chg en %
Food - Alimentation	48556.4	51228.8	5.5
Drugs - Médicaments	10721.5	12059.7	12.5
Clothing - Vêtements	10748.7	11722.6	9.1
Furniture - Meubles	9832.4	10751.4	9.3
Automotive - Automobiles	62957.1	66661.6	5.9
General Merchandise- Marchandises diverses	20859.9	20867.7	0.0
Other - Autres	21373.0	22315.7	4.4

When the seven major groups are broken down into 16 trade groups, supermarkets and grocery stores make up the trade group with the largest share of total retail trade. This group saw its revenues increase 5.1% to total \$47.8 billion. Over the same period, the Consumer Price Index for food purchased in stores rose by 1.8%. Revenues of supermarkets and grocery stores differ provincially due to regulations on the sale of alcoholic beverages.

The second largest trade group, motor vehicle dealers (new and used) increased their revenues 6.2% to \$40.9 billion due to a very strong second half of the year. The average selling price of new passenger cars rose in 1993, while the number of new motor vehicles sold declined by 2.8%.

Quand les sept groupes majeurs sont répartis en 16 groupes de commerce, celui qui comprend la plus large part du commerce de détail est celui des supermarchés d'alimentation et des épiceries. Ce groupe de commerce a vu ses recettes augmenter de 5.1% pour totaliser 47.8 milliards\$. L'Indice des prix à la consommation pour les aliments achetés en magasin a connu une hausse de 1.8% pendant la même période de temps. Il faut noter que la part du commerce de détail détenue par les supermarchés et les magasins d'alimentation peut varier selon les provinces à cause de la réglementation de la vente de boissons alcooliques.

Le deuxième groupe de commerce le plus important, les concessionnaires automobiles (neufs et usagés) a augmenté ses recettes de 6.2% à 40.9 milliards\$ grâce à une très forte performance dans les deux derniers trimestres. Le prix de vente moyen des voitures particulières neuves a augmenté en 1993 tandis que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus a diminué de 2.8%.

Figure 1**The Five Largest Trade Groups, Retail Trade, Canada, 1993****Les cinq plus grands groupes de commerce, Commerce de détail, Canada, 1993**

Revenues of general merchandisers remained virtually unchanged in 1993 at \$20.9 billion. A strong recovery in the second half of 1993 offset declines in the second half of 1992. Revenues of department store type merchandise retailers (which also includes drug, clothing, furniture, semi-durable and durable goods stores) rose 6.3% in 1993. While drug stores and shoe stores accounted for most of the increase, clothing store revenues also rose relative to those of general merchandisers.

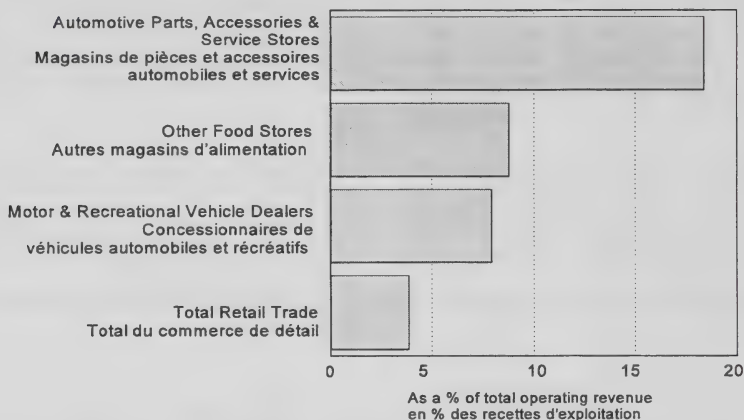
Retailers earn most of their revenues from the sale of goods purchased for resale. However, one trade group, auto parts and accessories stores, generated almost 20% of its revenues from other sources, such as labour receipts from the installation and the repair of goods and the sale of goods of own manufacture. All other trade groups had less than 10% of their revenues come from other sources.

Les recettes des magasins de marchandises diverses ont à peine changé en 1993 avec un total de 20.9 milliards\$. Une forte reprise lors des deux derniers trimestres a contrebalancé un déclin qui a débuté au dernier trimestre de 1992. Les recettes des détaillants de marchandises du type des grands magasins (qui comprend aussi les pharmacies et les magasins de vêtements, de meubles et de produits semi-durables et durables) ont augmenté de 6.3% en 1993. Même si l'augmentation provenait surtout des pharmacies et des magasins de chaussures, les revenus des magasins de vêtements étaient aussi en hausse comparativement aux magasins de marchandises diverses.

Les détaillants obtiennent la plupart de leurs revenus de la vente de biens achetés pour la revente. Cependant, un groupe de commerce, celui des magasins de pièces d'automobiles, a généré presque 20% de ses recettes d'autres sources, comme les recettes de main d'œuvre provenant de l'installation et la réparation de biens et la vente de produits de propre fabrication. Tous les autres groupes de commerce ont généré moins de 10% de leurs recettes d'autres sources.

Figure 2

Other Operating Revenue, Retail Trade, Canada, 1993
Autres recettes d'exploitation, Commerce de détail, Canada, 1993



Independent stores account for over 60% of retailing operating revenues in Canada. However, if the automotive sector is excluded, chain stores (excluding franchises) account for over 50% of retail trade revenues. One area where independent retailers hold a dominant market share is drug and patent medicine stores. Their market share in this group is high due to the significance of franchising in this sector. This is in part due to regulations in certain provinces that govern who can own and operate a drug store.

Western Canada leads the way

Retailers' revenues increased in all provinces and territories except Newfoundland in 1993. Increases were strongest in the western provinces, reflecting the strong economic growth in this region during the year.

The arrival in British Columbia of record numbers of immigrants and Canadians from other provinces contributed to its attainment of a double-digit increase in retail trade revenue (+10.1%). It is also the province that registered the largest growth in population (+2.4%) and in labour income (+6.5%) in 1993.

Les magasins indépendants comptent pour plus de 60% des ventes au détail au Canada. Cependant, si le secteur de l'automobile est exclu, les magasins à succursales (excluant les franchises) comptent pour plus de 50% des ventes au détail. Un domaine où les détaillants indépendants détiennent une part de marché dominante est le secteur des pharmacies. Leur part de marché est élevée à cause de la prévalence des franchises dans ce secteur. Ceci s'explique en partie par la réglementation dans certaines provinces qui gouverne qui peut détenir et exploiter une pharmacie.

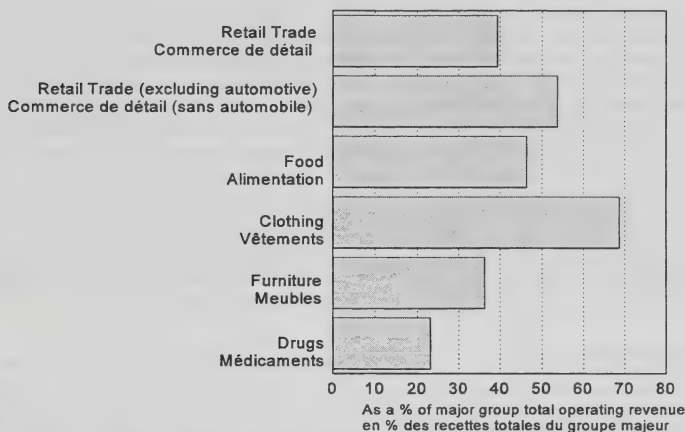
L'ouest canadien mène le bal

Les recettes des détaillants ont augmenté dans toutes les provinces (à l'exception de Terre-Neuve) et les deux territoires en 1993. Les augmentations ont été les plus fortes dans les provinces de l'ouest, ce qui reflète assez fidèlement la forte croissance économique de cette région pendant l'année.

L'arrivée en Colombie-Britannique en nombres records d'immigrants et de Canadiens d'autres provinces a contribué à une hausse au-delà de la normale des recettes du commerce de détail (+10.1%). C'est aussi la province qui a enregistré la plus forte augmentation de sa population (+ 2.4%) et des revenus de ses travailleurs (+6.5%) en 1993.

Figure 3

Chain Stores Do Not Dominate All Sectors
Les magasins à succursales ne dominent pas tous les secteurs



A record crop year in Saskatchewan was reflected in a 9.2% increase in retailers' revenues. Alberta, the province with the strongest economic growth in 1993,

Une année record sur le plan des récoltes en Saskatchewan a été reflétée dans une augmentation de 9.2% des recettes de ses détaillants. La province avec la plus forte croissance

Text Table 2

Tableau explicatif 2

Retail Trade by Province or Territory

Commerce de détail par province ou territoire

	Retail Trade Commerce de détail	GDP Change 92/93
	1993	Change 92/93
	Variation 92/93	PDB Variation 92/93
	millions-millions	
Nfld - T-N	3357.7	0.0
P.E.I. - I-P-E	860.4	7.8
N.S. - N-E	6359.4	4.1
N.B. - N-B	4966.6	4.3
Que - Qc	47948.7	6.4
Ont - Ont	71422.0	4.0
Man - Man	6712.0	5.0
Sask - Sask	5875.0	9.2
Alta - Alb	20563.2	5.8
B.C. - C-B	26903.2	10.1
Yuk - Yuk	212.6	6.6
N.W.T. - T-N-O	426.7	9.0

followed the national trend in retail trade with a 5.8% revenue increase. It is also the province with the highest per capita retail sales at \$7,724 per person.

Prince Edward Island was the only Atlantic province where retail trade revenue grew at a rate higher than the national level (+7.8%). Newfoundland is the only province whose level of retail trade hardly budged since 1992. It is also the province with the lowest retail sales per capita at \$5,778.

Retail trade revenue in Ontario grew below the national rate in 1993 (+4.0%). Growth came mainly from revenues of motor vehicle dealers. Its neighbouring province, Quebec, rebounded from a sluggish 1992 to post a 6.4% revenue increase.

Gross margins differ among trade groups

Retailers generated a gross margin of 27.4% as a percentage of total operating revenue in 1993. Clothing was the major group with the highest gross margins at 43.3%, while the automotive sector was lowest at 22.4%. At the trade group level (excluding other retail stores), shoe stores have the highest gross margin (44.6%) while motor vehicle dealers were the retailers with the lowest gross margins. At 17.2%, they formed the only group with a gross margin under 20%.

économique, l'Alberta, a suivi la tendance nationale du commerce de détail avec une croissance de ses revenus de 5.8%. C'est aussi la province avec les recettes des détaillants per capita les plus élevées à 7,724\$ par personne.

L'Île-du-Prince-Édouard a été la seule province atlantique où les recettes du commerce de détail ont eu une croissance à un taux plus élevé que le niveau national (+7.8%). Terre-Neuve est la seule province dont le niveau de commerce de détail a peu bougé depuis 1992. C'est aussi la province avec les ventes au détail per capita les moins élevées avec un niveau de 5,778\$

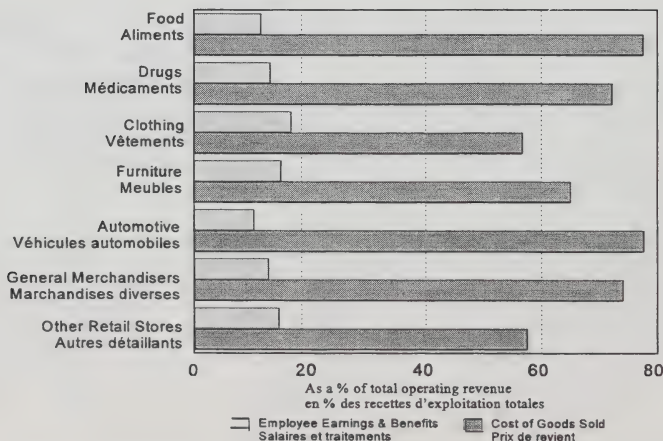
L'Ontario a eu une croissance de ses ventes au détail sous la moyenne nationale en 1993 (+4.0%). La croissance est surtout venue des recettes des concessionnaires automobiles. Sa province voisine, le Québec, a rebondi après une année tiède en 1992 pour afficher une croissance de revenus de 6.4%.

Les marges brutes diffèrent parmi les groupes de commerce

Les détaillants ont généré une marge brute de 27.4% en pourcentage des recettes d'exploitation totales en 1993. Le secteur du vêtement est celui où les marges brutes sont les plus élevées avec un taux de 43.3%, pendant que le secteur de l'automobile avait la plus faible à 22.4%. Au niveau des groupes de commerces (excluant les autres magasins de détail), les magasins de chaussures ont eu les marges brutes les plus hautes (44.6%) pendant que les concessionnaires automobiles ont été les détaillants qui ont eu la marge brute la plus faible. Ils forment le seul groupe de détaillants avec une marge brute inférieure à 20% avec un taux de 17.2%.

Figure 4

Retailers' Expenses, Canada, 1993 Coûts des détaillants, Canada, 1993



Only retailers in the Yukon and Northwest Territories had gross margins above 30%. Among the provinces, Ontario had the highest gross margin at 28.6%.

Retailers with the highest gross margins (such as clothing and automotive parts, accessories and services stores) tend to also have the highest expenses on employee earnings and benefits. These expenses accounted for 12.3% of retailers' revenues in 1993. Employee earnings and benefits are highest relative to revenues in the auto parts and accessories trade group (20.7%). The other two automotive groups, motor vehicle dealers and gasoline service stations, have employee earnings and benefits under 10% of their revenues at 8.4% and 7.9% respectively. This is linked to the more labour-intensive nature of the auto parts and services retailing component of the automotive sector.

The employment level in the retail trade sector rose for the first time since 1990. This increase in the number of employees was the second highest among all sectors of the Canadian economy in 1993. Retail trade represents 13.2% of total payroll employment. It is dominated by

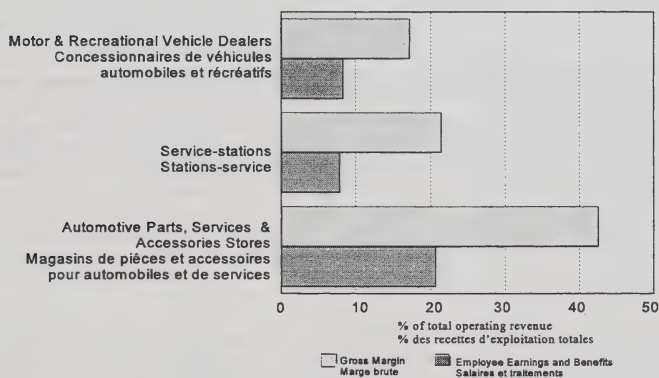
Seulement les détaillants du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest ont eu des marges brutes au-dessus de 30%. Parmi les provinces, l'Ontario a enregistré la marge brute la plus élevée avec un taux de 28.6%.

Les détaillants qui ont les marges brutes les plus élevées (tels les magasins de vêtements et ceux d'accessoires, de pièces et de services pour les véhicules automobiles) ont aussi les dépenses les plus élevées relativement à leurs revenus quant aux salaires et traitements. Ces dépenses représentent 12.3% des revenus des détaillants en 1993. Les dépenses en salaires et traitements sont les plus importantes relativement aux recettes dans le groupe des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services (20.7%). Les deux autres composantes du secteur automobile, les stations-service et les concessionnaires automobiles ont des dépenses en salaires inférieures à 10% des revenus avec 8.4% et 7.9% des recettes respectivement. Ceci est relié à la nature plus axée sur la main d'oeuvre de la composante de vente de pièces et de services du secteur automobile.

Le niveau d'emploi dans le secteur du commerce de détail a augmenté pour la première fois depuis 1990. Cette hausse a été la deuxième plus forte augmentation dans le nombre d'employés parmi tous les secteurs de l'économie canadienne en 1993. Le commerce de détail représente 13.2% de tous les salariés et est

Figure 5

Automotive Group Expenses, Canada, 1993
Depenses dans le secteur de l'automobile, Canada, 1993



lower-paying industries due in part to the abundance of part-time employees. In terms of productivity, production per hour worked in retail trade increased by 2.8%.

After the Yukon, British Columbia had the highest ratio of employee earnings and benefits to operating revenue (12.7%).

dominé par des entreprises où les salaires sont peu élevés, en partie en raison du grand nombre d'employés à temps partiel. Sur le plan de la productivité, la production par heure travaillée dans le commerce de détail a augmenté de 2.8%.

Après le Yukon, c'est en Colombie-Britannique où les salaires et traitements représentent la plus grande part des revenus des détaillants (12.7%).

Profitability varies by sector

Canadian retailers reported a 2.8% profit margin in 1993. Only the supermarkets and grocery stores group operated at an overall loss during that year. In the general merchandise sector, department stores registered a loss while other general merchandisers had a profitable 1993.

The most profitable sector (excluding Other retail stores) was other clothing stores (+7.1%). This category includes children's clothing stores or stores selling a combination of men's, women's and children's clothing. Three other types of stores had profit margins above 5% in 1993: gasoline service stations, automotive parts, accessories and services stores and other semi-durable goods stores.

Durable goods retailers (including sporting goods stores and jewellery stores) had the highest levels of inventory with a 3.2 revenue to inventory ratio. Gasoline service stations, supermarkets and grocery stores and other food stores all turned over their inventory more than ten times a year. The biggest increase in inventory was among shoe stores (+16.5%), while the most significant decrease in inventory was among general merchandisers (-4.5%).

Number of clothing stores differs by sex

There are three times more women's clothing stores (9,026) in Canada than there are men's clothing stores (2,733). Overall, there are 163,000 retail stores in Canada that pay employee earnings and benefits. This number does not include unincorporated owner-operated retail stores. Automotive parts, accessories and services stores and supermarkets and grocery stores are the only trade groups that have more than 20,000 retail locations.

Ontario has the highest number of retail locations at 53,528. However, Quebec has the most retail locations among supermarkets and grocery stores, shoe stores, other clothing stores and motor vehicle dealers.

¹ All year-to-year comparisons use data from the Monthly Retail Trade Survey for 1992 estimates.

* Serge Grenier is an analyst for the Retail Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613) 951-3556).

La rentabilité varie selon le secteur

Les détaillants canadiens ont déclaré une marge de profit de 2.8% en 1993. Seul le secteur des supermarchés d'alimentation et des épiceries y a encouru des pertes de ce côté pendant cette année. Dans le secteur des magasins de marchandises diverses, les grands magasins ont enregistré des pertes tandis que les autres magasins de marchandises diverses ont eu une année 1993 profitable.

Le secteur le plus profitable (exception faite des autres détaillants) était celui des autres magasins de vêtements (+7.1%).

Cette catégorie comprend les magasins de vêtements pour enfants et les magasins qui vendent un assortiment de vêtements pour hommes, femmes et enfants. Trois autres types de magasins ont eu des marges de profit sur le plan d'exploitation supérieures à 5% des recettes: les stations-service, les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services et les autres magasins de produits semi-durables.

Du côté des inventaires, les détaillants en biens durables (comprenant les magasins d'articles de sport et les bijouteries) ont les inventaires les plus élevés avec un ratio de recettes relativement aux inventaires de 3.2. Les stations-service, les supermarchés d'alimentation et épiceries et les autres magasins d'alimentation ont tous des roulements d'inventaires supérieurs à 10 fois par année. La plus grande augmentation des inventaires à la fin de l'année a été dans le groupe des magasins de chaussures (+16.5%), tandis que la plus forte baisse a été dans le groupe des magasins de marchandises diverses (-4.5%).

Le nombre de magasins de vêtements diffère selon le sexe

Il y a trois fois plus de magasins de vêtements pour femmes (9,026) que de magasins de vêtements pour hommes (2,733) au Canada. Globalement, il y a 163,000 emplacements de commerce de détail au Canada qui paient des salaires et traitements à des employés. Ce chiffre ne comprend pas les entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire. Les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services et les supermarchés d'alimentation et épiceries sont les seuls groupes de commerce avec plus de 20,000 points de vente au Canada.

L'Ontario est la province qui a le plus grand nombre de points de vente avec 53,528. Cependant, c'est le Québec qui a le plus grand nombre de points de vente parmi les supermarchés d'alimentation, les magasins de chaussures, les autres magasins de vêtements et les concessionnaires de véhicules automobiles.

¹ Toutes les comparaisons d'une année à l'autre se servent de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail pour les estimations de 1992.

* Serge Grenier est un analyste de la section du Commerce de détail de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613) 951-3556).

Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993
Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1983-1993

Year	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of dollars)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures ¹ (in millions of dollars)	Total Canadian Exports ² (in millions of dollars)	Wholesale Trade % Share of Total Exports	Wholesale Trade Contribution to GDP ³ (in millions of dollars)	Wholesale Trade as a % of GDP	Employment in Wholesale Trade ⁴
Année	Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations ¹ (en millions de dollars)	Exportations ² totales du Canada (en millions de dollars)	Part en % du commerce de gros des exportations totales	Contribution du commerce de gros au PIB ³ (en millions de dollars)	Commerce de gros en % du PIB	Emploi dans le commerce de gros ⁴
1983	148,622	828	90,612	13.2	17,945	4.5	520,583
1984	170,333	1,030	112,383	12.7	19,358	4.6	530,154
1985	183,560	1,032	119,474	11.6	21,766	5.0	542,001
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,312	5.2	545,907
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,132	5.3	571,125
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	26,972	5.5	591,279
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	28,111	5.6	619,542
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	28,083	5.6	637,828
1991	232,412	1,365	145,927	10.7	28,186	5.6	613,162
1992	237,468	1,270	162,823	10.9	30,254	6.0	601,621
1993	253,956 ⁵	1,246	187,347	11.3	31,761	6.1	594,739

¹ Source: Private and Public Investment in Canada (61-206).

² Source: Summary of Canadian International Trade (61-205).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

⁵ Not comparable to previous years (see page 9).

¹ Source: Investissements publics et privé au Canada (61-206).

² Source: Sommaire du commerce international du Canada (61-205).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

⁵ Pas comparable aux années précédentes (voir page 9).

Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993
Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1983-1993

Year	Population of Canada ¹ (in thousands)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of dollars)	Consumer Expenditures ² (in millions of dollars)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures	Retail Trade Contribution to GDP ³ (in millions of dollars)	Retail Trade as a % of GDP	Employment in Retail Trade ⁴
Année	Population du Canada ¹ (en milliers)	Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars)	Dépenses des consommateurs ² (en millions de dollars)	Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Contribution du commerce de détail au PIB ³ (en millions de dollars)	Commerce de détail en % du PIB	Emploi dans le commerce de détail ⁴
1983	25,456	116,010	231,085	50.2	24,535	6.2	1,145,267
1984	25,702	126,751	251,275	50.4	25,983	6.2	1,206,567
1985	25,942	141,346	274,100	51.6	27,375	6.2	1,257,462
1986	26,204	152,880	296,973	51.5	28,269	6.3	1,304,348
1987	26,550	167,939	322,253	52.1	29,929	6.3	1,364,813
1988	26,895	180,545	349,415	51.7	30,855	6.3	1,399,058
1989	27,379	188,160	378,428	49.7	31,613	6.3	1,434,175
1990	27,791	192,555	399,123	48.2	30,633	6.1	1,517,679
1991	28,118	181,209	409,767	44.2	29,369	5.9	1,392,608
1992	28,436	185,049	418,935	44.2	29,913	5.9	1,332,892
1993	28,753	195,608	432,248	45.3	30,977	6.0	1,354,280

¹ Source: Quarterly Demographic Statistics (91-002).

² Source: National Income and Expenditure Accounts (13-201).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

¹ Source: Statistiques démographiques trimestrielles (91-002).

² Source: Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993
Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	54,941	21.63
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,510	2.17
Household Goods - Articles ménagers	7,530	2.96
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	22,368	8.81
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	14,929	5.88
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	19,717	7.76
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,104	2.01
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	46,441	18.29
Other Products - Autres produits	34,687	13.66
Grain - Céréales	10,682	4.21
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,048	12.62
All Groups - Tous les groupes	253,956	100.00

Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993
Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	47,773	24.42	20,493
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,455	1.77	7,878
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,060	6.17	5,600
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,699	0.87	3,698
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,792	0.92	2,733
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,880	1.98	9,026
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,351	2.22	7,545
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,430	4.31	10,439
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,322	1.19	3,912
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	40,891	20.90	7,133
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,451	7.39	14,605
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	11,320	5.79	21,643
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	20,868	10.67	7,110
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	6,757	3.45	16,398
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,376	2.75	11,104
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	10,183	5.21	13,685
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	195,608	100.00	163,003

Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1993
Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	240,845	94.84
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	696	0.27
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	6,477	2.55
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	4,046	1.59
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,893	0.75
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	13,111	5.16
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	253,956	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	200,479	78.94
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	28,686	11.30
Add: Purchases - Plus: Achats	202,336	79.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	30,543	12.03
Gross Margin - Marge brute	53,477	21.06
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	21,469	8.45
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	21,257	8.37
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	243,204	95.77
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	10,751	4.23

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	943	2,602	2,063	539	204
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	264	643	508	135	66
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,810	6,062	4,800	1,262	499
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,433	3,940	3,068	872	330
Quebec - Québec	15,764	54,552	43,194	11,358	4,537
Ontario	20,899	98,597	77,234	21,363	9,378
Manitoba	2,325	13,885	10,450	3,434	664
Saskatchewan	2,316	8,242	6,502	1,740	701
Alberta	6,857	29,919	24,094	5,825	2,174
British Columbia - Colombie-Britannique	9,515	35,140	28,306	6,834	2,870
Yukon Territory - Territoire du Yukon	51	156	107	50	15
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	99	217	151	66	31

Table 3.2. Wholesale Trade - Food, Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1993
Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	53,345	97.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	207	0.38
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,210	2.20
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	33	0.06
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	145	0.26
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,596	2.91
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	54,941	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	46,538	84.70
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,568	6.49
Add: Purchases - Plus: Achats	46,529	84.69
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,559	6.48
Gross Margin - Marge brute	8,404	15.30
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,167	5.76
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	3,340	6.08
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	53,045	96.55
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,897	3.45

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	237	1,218	1,078	140	64
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	55	256	216	40	16
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	217	1,970	1,689	281	130
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	144	1,037	862	175	60
Quebec - Québec	1,884	15,327	13,137	2,190	857
Ontario	1,680	17,693	14,889	2,804	1,103
Manitoba	240	2,338	2,058	280	95
Saskatchewan	90	1,771	1,567	204	84
Alberta	423	5,833	4,961	871	285
British Columbia - Colombie-Britannique	831	7,421	6,024	1,397	466
Yukon Territory - Territoire du Yukon	8	48	37	12	4
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	13	29	18	11	3

Table 3.3. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1993
Tableau 3.3. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,363	97.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	12	0.23
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	125	2.26
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1	0.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	9	0.15
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	147	2.66
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	5,510	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,948	71.65
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	955	17.33
Add: Purchases - Plus: Achats	4,046	73.44
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,054	19.12
Gross Margin - Marge brute	1,562	28.35
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	469	8.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	676	12.27
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,093	92.44
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	417	7.56

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	10	17	8	9	1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	997	2,876	2,083	792	240
Ontario	716	1,992	1,407	585	159
Manitoba	52	99	76	23	8
Saskatchewan	13	15	10	5	1
Alberta	86	128	86	42	17
British Columbia - Colombie-Britannique	249	373	268	105	40
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--

Table 3.4. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1993
Tableau 3.4. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,019	93.22
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	4	0.05
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	451	5.98
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	44	0.59
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	12	0.16
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	510	6.78
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	7,530	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,801	77.04
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,255	16.67
Add: Purchases - Plus: Achats	5,781	76.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,235	16.40
Gross Margin - Marge brute	1,729	22.96
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	680	9.03
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	995	13.22
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,477	99.29
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	53	0.71

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	15	33	27	6	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	30	25	19	6	3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	19	2,179	1,642	538	176
Quebec - Québec	534	3,364	2,657	707	334
Ontario	760	111	84	28	12
Manitoba	45	82	70	12	4
Saskatchewan	32	541	401	140	49
Alberta	182	1,099	832	267	88
British Columbia - Colombie-Britannique	339	0	0	0	0
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 3.5. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1993
Tableau 3.5. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	21,524	96.23
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	18	0.08
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	270	1.21
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	518	2.32
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	38	0.17
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	844	3.77
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	22,368	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	18,356	82.06
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,545	15.85
Add: Purchases - Plus: Achats	18,034	80.62
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,222	14.41
Gross Margin - Marge brute	4,012	17.94
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,883	8.42
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,103	9.40
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,342	99.88
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	26	0.12

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	87	115	82	33	18
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18	13	8	4	2
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	128	760	677	83	36
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	123	382	297	85	41
Quebec - Québec	1,066	4,283	3,526	758	307
Ontario	1,636	11,306	9,471	1,835	948
Manitoba	194	694	543	151	67
Saskatchewan	174	328	232	97	46
Alberta	728	1,974	1,474	500	227
British Columbia - Colombie-Britannique	782	2,506	2,043	462	189
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 3.6. Wholesale Trade - Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1993

Tableau 3.6. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	14,393	96.41
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	42	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	403	2.70
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	66	0.44
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	26	0.18
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	536	3.59
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	14,929	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	11,816	79.15
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,204	14.76
Add: Purchases - Plus: Achats	11,983	80.27
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,371	15.88
Gross Margin - Marge brute	3,112	20.85
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,580	10.58
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,351	9.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	14,747	98.78
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	182	1.22

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	36	74	57	17	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	95	253	200	53	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	91	241	189	52	27
Quebec - Québec	945	3,675	2,890	785	348
Ontario	1,723	6,336	4,969	1,368	714
Manitoba	120	322	250	72	35
Saskatchewan	111	312	245	68	86
Alberta	410	1,477	1,171	306	152
British Columbia - Colombie-Britannique	523	2,215	1,832	384	181
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	10	4	6	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 3.7. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1993
Tableau 3.7. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	19,158	97.16
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	21	0.10
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	392	1.99
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	72	0.37
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	75	0.38
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	559	2.84
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	19,717	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	15,597	79.10
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,358	11.96
Add: Purchases - Plus: Achats	15,886	80.57
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,647	13.42
Gross Margin - Marge brute	4,120	20.90
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,053	10.41
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,688	8.56
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	19,338	98.08
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	378	1.92

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	116	252	195	57	26
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	169	567	451	117	55
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	152	411	349	61	29
Quebec - Québec	1,202	3,289	2,465	823	403
Ontario	1,681	7,036	5,353	1,682	838
Manitoba	220	654	540	114	53
Saskatchewan	181	388	300	88	39
Alberta	551	2,136	1,712	425	185
British Columbia - Colombie-Britannique	1,050	4,898	4,158	740	399
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	10	19	14	5	3

Table 3.8. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993
Tableau 3.8. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,707	92.22
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	14	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	101	1.97
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	266	5.20
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.32
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	397	7.78
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	5,104	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,108	80.49
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	994	19.48
Add: Purchases - Plus: Achats	4,193	82.16
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,080	21.16
Gross Margin - Marge brute	996	19.51
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	406	7.95
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	318	6.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,832	94.67
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	272	5.33

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	25	51	42	10	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	39	131	102	28	17
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	34	87	62	26	10
Quebec - Québec	497	710	555	155	62
Ontario	556	1,425	1,204	221	106
Manitoba	159	587	485	102	66
Saskatchewan	353	1,065	879	186	69
Alberta	299	772	561	210	51
British Columbia - Colombie-Britannique	111	275	218	57	20
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--

Table 3.9. Wholesale Trade - Other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993
Tableau 3.9. Commerce de gros - Autres machines, matériel et fournitures, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	40,938	88.15
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	97	0.21
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,483	3.19
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2,904	6.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,018	2.19
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	5,502	11.85
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	46,441	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	32,649	70.30
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,910	14.88
Add: Purchases - Plus: Achats	33,208	71.51
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	7,469	16.08
Gross Margin - Marge brute	13,791	29.70
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	7,048	15.18
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	5,848	12.59
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	45,545	98.07
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	895	1.93

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	253	342	237	105	50
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	42	59	37	22	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	571	878	621	257	131
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	367	489	350	140	68
Quebec - Québec	4,200	9,348	6,565	2,783	1,308
Ontario	6,763	21,518	15,142	6,376	3,488
Manitoba	633	992	649	343	149
Saskatchewan	516	833	573	260	134
Alberta	2,522	5,080	3,575	1,504	723
British Columbia - Colombie-Britannique	3,347	6,820	4,851	1,968	966
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	39	25	15	4
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	25	44	25	19	18

Table 3.10. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1993
Tableau 3.10. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	32,354	93.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	97	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,985	5.72
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	84	0.24
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	166	0.48
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	2,333	6.73
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	34,687	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	26,936	77.65
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,362	9.69
Add: Purchases - Plus: Achats	27,220	78.47
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,646	10.51
Gross Margin - Marge brute	7,752	22.35
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,991	8.62
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	3,411	9.83
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	33,337	96.11
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,350	3.89

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	132	119	88	31	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	61	45	16	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	389	324	244	80	37
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	370	280	179	101	38
Quebec - Québec	3,403	7,038	5,498	1,540	640
Ontario	4,554	14,616	11,329	3,287	1,362
Manitoba	516	1,315	1,083	231	84
Saskatchewan	600	1,821	1,229	592	77
Alberta	1,250	3,217	2,392	825	307
British Columbia - Colombie-Britannique	2,078	5,879	4,838	1,042	425
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 3.11. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1993
Tableau 3.11. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	10,242	95.88
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	147	1.38
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	13	0.13
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2	0.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	277	2.60
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	440	4.12
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	10,682	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	8,247	77.21
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,075	10.07
Add: Purchases - Plus: Achats	8,959	83.88
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,787	16.73
Gross Margin - Marge brute	2,434	22.79
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	361	3.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	124	1.16
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,731	81.74
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,950	18.26

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	34	441	415	27	15
Ontario	116	1,579	1,452	127	53
Manitoba	33	6,144	4,204	1,940	73
Saskatchewan	25	660	555	105	135
Alberta	31	613	441	172	57
British Columbia - Colombie-Britannique	19	1,224	1,161	63	26
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--

Table 3.12. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1993
Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	31,802	99.23
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	36	0.11
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	45	0.14
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	54	0.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	111	0.35
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	246	0.77
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	32,048	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	26,483	82.64
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,460	7.68
Add: Purchases - Plus: Achats	26,497	82.68
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,474	7.72
Gross Margin - Marge brute	5,565	17.36
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	831	2.59
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,403	4.38
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	28,717	89.61
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	3,331	10.39

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	56	431	291	140	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	39	150	108	41	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	155	1,089	745	344	54
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	126	969	744	225	53
Quebec - Québec	1,001	5,386	4,418	967	180
Ontario	713	11,730	9,362	2,368	272
Manitoba	114	630	478	152	24
Saskatchewan	222	967	845	122	26
Alberta	377	8,148	7,320	828	119
British Columbia - Colombie-Britannique	185	2,429	2,080	348	70
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1993
Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement	in millions of dollars	as % of total operating revenue
État de résultats	en millions de dollars	en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	111,426	56.96
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7,594	3.88
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	119,020	60.85
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	76,587	39.15
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	195,608	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	142,088	72.64
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	25,414	12.99
Add: Purchases - Plus: Achats	143,388	73.30
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	26,714	13.66
Gross Margin - Marge brute	53,520	27.36
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	23,994	12.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	24,035	12.29
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	190,116	97.19
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	5,491	2.81

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions	Number of Locations	Total Operating Revenue	Cost of Goods Sold	Gross Margin	Employee Earnings and Benefits
Régions	Nombre d'emplacements	Recettes d'exploitation totales	Prix de revient	Marge brute	Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	3,840	3,358	2,554	804	368
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	959	860	639	222	96
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	5,872	6,359	4,797	1,563	728
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	4,710	4,967	3,751	1,215	524
Quebec - Québec	46,267	47,949	35,407	12,542	5,724
Ontario	53,528	71,422	51,026	20,396	8,993
Manitoba	5,647	6,712	4,938	1,774	806
Saskatchewan	5,951	5,875	4,311	1,564	704
Alberta	15,394	20,563	14,811	5,752	2,587
British Columbia - Colombie-Britannique	20,337	26,903	19,424	7,479	3,385
Yukon Territory - Territoire du Yukon	196	213	148	65	28
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	299	427	282	145	51

Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1993**Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1993****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	24,451	51.18
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	245	0.51
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	24,696	51.69
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	23,078	48.31
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	47,773	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	37,509	78.51
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,470	5.17
Add: Purchases - Plus: Achats	37,552	78.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,513	5.26
Gross Margin - Marge brute	10,265	21.49
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,368	11.24
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	5,364	11.23
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	48,241	100.98
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	-468	-0.98

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	1,032	1,032	844	189	96
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	109	205	163	42	18
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	937	1,615	1,359	257	160
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	744	1,339	1,089	249	127
Quebec - Québec	7,289	13,426	10,883	2,543	1,326
Ontario	5,462	15,002	11,427	3,575	1,732
Manitoba	621	1,844	1,432	411	222
Saskatchewan	774	1,493	1,192	301	152
Alberta	1,548	5,099	3,953	1,146	702
British Columbia - Colombie-Britannique	1,910	6,559	5,049	1,510	812
Yukon Territory - Territoire du Yukon	16	57	41	16	7
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	52	103	77	26	14

Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1993**Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1993****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	2,739	79.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	303	8.77
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,042	88.04
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	413	11.96
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	3,455	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,206	63.84
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	170	4.92
Add: Purchases - Plus: Achats	2,218	64.18
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	182	5.26
Gross Margin - Marge brute	1,250	36.16
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	559	16.19
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	550	15.92
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	3,315	95.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	140	4.05

Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1993
Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,149	75.87
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	72	0.59
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	9,221	76.46
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,839	23.54
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,060	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	8,725	72.34
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,699	14.09
Add: Purchases - Plus: Achats	8,786	72.85
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,760	14.59
Gross Margin - Marge brute	3,335	27.66
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,588	13.17
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,513	12.55
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,826	98.06
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	233	1.94

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	138	263	189	73	37
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33	68	49	19	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	253	462	336	126	61
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	126	327	231	96	42
Quebec - Québec	1,137	2,971	2,174	798	335
Ontario	2,336	4,725	3,396	1,329	660
Manitoba	184	266	186	80	36
Saskatchewan	306	350	252	98	47
Alberta	598	1,124	810	314	157
British Columbia - Colombie-Britannique	482	1,478	1,084	395	200
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1993

Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	540	31.77
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.94
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	556	32.71
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,143	67.29
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,699	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	941	55.41
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	439	25.86
Add: Purchases - Plus: Achats	1,014	59.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	512	30.12
Gross Margin - Marge brute	758	44.59
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	293	17.23
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	400	23.53
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,634	96.17
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	65	3.83

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	50	19	11	8	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	94	31	18	13	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	63	30	17	12	5
Quebec - Québec	1,457	609	342	267	113
Ontario	1,216	621	337	284	106
Manitoba	114	42	23	19	6
Saskatchewan	86	36	20	16	6
Alberta	251	128	72	57	20
British Columbia - Colombie-Britannique	352	175	97	79	28
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1993

Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	657	36.67
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.91
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	673	37.59
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,118	62.41
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,792	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	1,056	58.93
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	366	20.42
Add: Purchases - Plus: Achats	1,060	59.17
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	370	20.67
Gross Margin - Marge brute	736	41.07
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	293	16.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	368	20.53
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,717	95.83
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	75	4.17

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland - Terre-Neuve	28	18	9	8	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	58	34	22	13	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	59	38	28	10	5
Quebec - Québec	699	428	248	180	74
Ontario	1,093	764	449	315	131
Manitoba	78	54	33	22	8
Saskatchewan	83	42	27	16	5
Alberta	261	195	112	83	31
British Columbia - Colombie-Britannique	360	211	124	87	31
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1993

Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	986	25.40
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.42
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,002	25.82
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,878	74.18
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	3,880	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,161	55.68
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	581	14.96
Add: Purchases - Plus: Achats	2,183	56.25
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	603	15.53
Gross Margin - Marge brute	1,720	44.32
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	666	17.17
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	969	24.98
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	3,796	97.83
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	84	2.17

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	118	55	30	25	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	285	116	67	49	17
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	227	88	48	40	12
Quebec - Québec	2,525	1,021	552	470	197
Ontario	3,136	1,490	833	657	256
Manitoba	324	125	69	55	20
Saskatchewan	254	98	56	42	14
Alberta	944	395	225	170	60
British Columbia - Colombie-Britannique	1,165	475	270	205	79
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1993
Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,375	31.60
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	50	1.14
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,425	32.75
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,926	67.25
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,351	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,488	57.17
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	860	19.77
Add: Purchases - Plus: Achats	2,561	58.87
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	934	21.46
Gross Margin - Marge brute	1,864	42.83
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	719	16.53
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	838	19.25
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,044	92.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	307	7.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland - Terre-Neuve	139	78	50	28	11
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	53	17	10	7	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	238	107	65	42	16
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	209	76	47	29	12
Quebec - Québec	2,789	1,324	770	554	224
Ontario	2,094	1,468	812	656	264
Manitoba	220	141	81	60	20
Saskatchewan	248	122	71	51	16
Alberta	684	459	260	199	72
British Columbia - Colombie-Britannique	852	547	315	232	80
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1993
Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,718	55.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	275	3.26
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,993	59.23
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	3,437	40.77
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,430	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,565	66.02
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,714	20.33
Add: Purchases - Plus: Achats	5,639	66.89
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,787	21.20
Gross Margin - Marge brute	2,865	33.98
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,246	14.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,456	17.27
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,267	98.07
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	163	1.93

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	184	105	71	34	12
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	26	17	9	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	313	166	103	63	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	333	142	98	44	21
Quebec - Québec	3,065	2,154	1,457	697	316
Ontario	3,596	3,123	2,038	1,085	479
Manitoba	343	243	162	82	37
Saskatchewan	313	177	116	61	27
Alberta	959	1,058	689	369	151
British Columbia - Colombie-Britannique	1,262	1,219	803	416	168
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	6	4	1	—
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	9	6	3	1

Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1993
Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,779	76.62
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	108	4.67
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,887	81.29
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	434	18.71
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	2,322	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	1,436	61.85
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	400	17.25
Add: Purchases - Plus: Achats	1,457	62.75
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	421	18.15
Gross Margin - Marge brute	886	38.15
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	379	16.32
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	458	19.74
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	2,273	97.91
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	48	2.09

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland - Terre-Neuve	32	14	8	6	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	19	7	4	3	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	121	49	31	18	8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	67	42	28	14	5
Quebec - Québec	1,083	535	317	218	96
Ontario	1,458	880	540	341	145
Manitoba	84	47	31	16	8
Saskatchewan	105	59	38	21	9
Alberta	351	243	154	89	36
British Columbia - Colombie-Britannique	585	441	282	159	67
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1993
Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	37,120	90.78
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,237	7.92
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	40,358	98.70
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	534	1.30
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	40,891	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	33,844	82.77
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,776	16.57
Add: Purchases - Plus: Achats	34,279	83.83
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	7,211	17.64
Gross Margin - Marge brute	7,047	17.23
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,426	8.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,778	6.79
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	40,048	97.94
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	843	2.06

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	194	553	454	100	54
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	162	132	30	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	304	1,296	1,069	226	122
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	238	1,098	927	172	80
Quebec - Québec	2,295	9,902	8,029	1,873	857
Ontario	2,069	15,852	13,232	2,621	1,300
Manitoba	258	1,288	1,074	214	101
Saskatchewan	326	1,173	993	180	92
Alberta	604	3,925	3,231	694	336
British Columbia - Colombie-Britannique	780	5,576	4,654	923	466
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	25	19	6	3
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	40	31	8	4

Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1993
Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,143	49.43
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	679	4.70
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	7,822	54.13
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	6,629	45.87
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	14,451	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	11,358	78.59
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	411	2.84
Add: Purchases - Plus: Achats	11,358	78.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	411	2.85
Gross Margin - Marge brute	3,093	21.41
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,139	7.88
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,117	7.73
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	13,614	94.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	837	5.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	394	340	283	57	30
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	110	89	74	15	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	643	675	559	116	59
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	405	425	336	89	33
Quebec - Québec	3,899	2,925	2,349	577	244
Ontario	4,523	5,331	4,088	1,243	389
Manitoba	573	572	466	106	45
Saskatchewan	669	508	409	99	42
Alberta	1,525	1,576	1,258	318	117
British Columbia - Colombie-Britannique	1,814	1,964	1,500	464	168
Yukon Territory - Territoire du Yukon
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	12	9	3	2

Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1993**Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1993****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement	in millions of dollars	as % of total operating revenue
État de résultats	en millions de dollars	en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	8,468	74.81
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2,079	18.37
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	10,548	93.18
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	772	6.82
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,320	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,506	57.48
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,270	11.22
Add: Purchases - Plus: Achats	6,627	58.55
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,391	12.29
Gross Margin - Marge brute	4,813	42.52
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,341	20.69
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,886	16.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	10,734	94.82
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	586	5.18

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions	Number of Locations	Total Operating Revenue	Cost of Goods Sold	Gross Margin	Employee Earnings and Benefits
Régions	Nombre d'emplacements	Recettes d'exploitation totales	Prix de revient	Marge brute	Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	357	169	109	60	29
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	147	54	33	21	11
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	615	308	188	120	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	696	284	179	106	53
Quebec - Québec	6,234	2,945	1,740	1,205	579
Ontario	6,657	4,141	2,420	1,720	847
Manitoba	741	354	204	150	70
Saskatchewan	852	371	200	171	84
Alberta	2,248	1,358	764	594	285
British Columbia - Colombie-Britannique	3,044	1,313	657	656	322
Yukon Territory - Territoire du Yukon
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest

Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1993
Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,875	8.99
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	65	0.31
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,940	9.30
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	18,928	90.70
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	20,868	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	15,457	74.07
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,999	19.17
Add: Purchases - Plus: Achats	15,647	74.98
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,190	20.08
Gross Margin - Marge brute	5,411	25.93
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,690	12.89
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,675	12.82
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	20,822	99.78
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	46	0.22

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	405	433	325	108	42
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	94	69	25	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	314	702	515	187	80
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	308	576	407	170	62
Quebec - Québec	1,487	4,187	3,104	1,082	540
Ontario	2,545	7,613	5,557	2,056	1,086
Manitoba	339	940	721	218	116
Saskatchewan	333	761	579	182	103
Alberta	683	2,354	1,763	591	265
British Columbia - Colombie-Britannique	573	3,015	2,294	721	368
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1993**Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1993****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement	in millions of dollars	as % of total operating revenue
État de résultats	en millions de dollars	en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,817	71.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	114	1.69
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,931	72.98
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,826	27.02
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	6,757	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,130	61.12
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,470	21.75
Add: Purchases - Plus: Achats	4,222	62.48
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,562	23.11
Gross Margin - Marge brute	2,627	38.88
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,108	16.39
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,179	17.46
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	6,417	94.97
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	340	5.03

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions	Number of Locations	Total Operating Revenue	Cost of Goods Sold	Gross Margin	Employee Earnings and Benefits
Régions	Nombre d'emplacements	Recettes d'exploitation totales	Prix de revient	Marge brute	Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	342	106	68	38	16
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	154	44	27	16	7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	625	201	128	73	34
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	450	132	88	44	21
Quebec - Québec	3,796	1,544	987	557	236
Ontario	5,762	2,546	1,493	1,053	445
Manitoba	679	200	116	84	31
Saskatchewan	529	207	120	87	32
Alberta	1,636	774	486	288	124
British Columbia - Colombie-Britannique	2,364	982	603	379	158
Yukon Territory - Territoire du Yukon	31	10	6	4	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	29	12	7	5	2

Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1993

Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,067	57.04
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	178	3.31
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,245	60.35
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,131	39.65
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,376	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,347	62.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,633	30.38
Add: Purchases - Plus: Achats	3,419	63.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,705	31.72
Gross Margin - Marge brute	2,029	37.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	866	16.11
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,160	21.59
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,373	99.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	3	0.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland - Terre-Neuve	152	47	28	19	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	34	12	8	4	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	305	121	73	48	24
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	263	84	52	31	14
Quebec - Québec	2,540	1,055	666	389	166
Ontario	3,779	2,109	1,317	791	329
Manitoba	368	196	115	81	38
Saskatchewan	498	184	112	72	30
Alberta	1,285	634	390	243	100
British Columbia - Colombie-Britannique	1,837	917	574	343	153
Yukon Territory - Territoire du Yukon
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	28	11	6	4	1

Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1993

Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1993

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	2,543	24.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	140	1.38
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	2,683	26.35
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,500	73.65
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	10,183	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,361	52.64
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,155	11.34
Add: Purchases - Plus: Achats	5,367	52.70
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,161	11.40
Gross Margin - Marge brute	4,822	47.36
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,311	12.88
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,323	12.99
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,995	78.51
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,188	21.49

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	195	97	54	44	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	70	51	32	19	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	538	398	215	183	46
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	349	243	145	98	26
Quebec - Québec	3,313	1,694	979	714	225
Ontario	5,173	4,495	2,272	2,223	632
Manitoba	489	313	173	140	34
Saskatchewan	413	244	94	150	39
Alberta	1,257	1,048	530	518	98
British Columbia - Colombie-Britannique	1,847	1,561	850	711	188
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993
Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	15.42	13.06	15.30	3.45
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5.49	3.93	28.35	7.56
Household Goods - Articles ménagers	6.05	4.66	22.96	0.71
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6.61	5.42	17.94	0.12
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.53	5.17	20.85	1.22
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	7.88	6.23	20.90	1.92
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	4.92	3.96	19.51	5.33
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	6.46	4.54	29.70	1.93
Other Products - Autres produits	9.90	7.69	22.35	3.89
Grain - Céréales	7.46	5.76	22.79	18.26
Petroleum Products - Produits pétroliers	12.99	10.74	17.36	10.39
All Groups - Tous les groupes	8.57	6.77	21.06	4.23

Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993
Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	19.17	15.05	21.49	-0.98
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	19.66	12.55	36.16	4.05
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.97	5.04	27.66	1.93
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.57	1.98	44.59	3.83
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	4.87	2.87	41.07	4.17
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	6.56	3.65	44.32	2.17
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4.85	2.77	42.83	7.05
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.82	3.18	33.98	1.93
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	5.65	3.49	38.15	2.09
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5.85	4.84	17.23	2.06
Gasoline Service Stations - Stations-service	35.14	27.62	21.41	5.79
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	8.51	4.89	42.52	5.18
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.10	3.77	25.93	0.22
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.46	2.72	38.88	5.03
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	3.22	2.00	37.75	0.05
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	8.79	4.63	47.36	21.49
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	7.50	5.45	27.36	2.81

Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
501	Farm Products - Produits agricoles	14,411
5011	Livestock - Bétail	1,378
5012	Grain - Céréales	10,682
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	2,351
511	Petroleum Products - Produits pétroliers	32,048
521	Food - Produits alimentaires	41,615
5211	Confectionery - Confiseries	1,162
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	629
5213	Dairy Products - Produits laitiers	682
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	684
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	1,784
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	6,021
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	4,978
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	25,675
522[†]	Beverages - Boissons	3,602
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	580
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	3,022
523	Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette	7,145
5231	Drugs - Médicaments	4,566
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,416
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,163
524	Tobacco Products - Produits du tabac	2,553
531	Apparel - Vêtements	3,908
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets	513
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	827
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	454
5314	Footwear - Chaussures	565
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,549
532	Dry Goods - Tissus et articles de mercerie	1,602
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,338
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	264
541	Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareil ménagers électriques et leurs pièces	4,478
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,351
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,127
542	Household Furniture - Meubles de maison	463
543	Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement	2,589
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	398
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,636
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	228
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	327
551	Motor Vehicles - Véhicules automobiles	11,575
5511	Automobiles - Automobiles	7,505
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	3,022
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,048
552	Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles	10,463
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	1,914
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobile	8,549

[†] See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993 - Continued
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993 - suite

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
561	Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal	5,685
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et acier	2,900
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	923
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	928
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	934
562	Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fourniture de plomberie, de chauffage et de climatisation	8,838
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	4,919
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	3,919
563	Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	19,422
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	10,695
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	574
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	8,153
571	Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,078
572	Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction	4,572
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,145
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	2,427
573	Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels	8,205
574	Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	19,947
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	3,938
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	320
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	6,782
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et logiciels	8,434
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	473
579	Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	14,411
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	6,771
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,589
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	3,609
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.e.c.	2,442
591	Waste Materials - Matières de rebut	2,279
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	896
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	1,383
592	Paper and Paper Products - Papier et produits du papier	5,479
5921	Newsprint - Papier journal	-
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,102
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	4,377
593	Agricultural Supplies - Fournitures agricoles	5,637
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	1,274
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	1,197
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	3,166
594	Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport	1,972
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	774
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	1,198

Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993 - Concluded
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993 - fin

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
595	Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments de musique	2,017
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	822
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,195
596	Jewellery and Watches - Bijoux et montres	462
597	Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel	5,015
598	General Merchandise - Marchandise générale	414
599	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	8,074
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,677
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	x
5993	Forest Products - Produits forestiers	x
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	6068

Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993**Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993**

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
601	Food Stores - Magasins d'alimentation	51,236
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	35,484
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	12,300
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	633
6014	Candy and Nut Stores - Confiseries et magasins de noix	200
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	845
6016	Meat Markets - Marchés de viande	805
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.e.c.a.	969
602	Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière	5,674
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	x
6022	Wine Stores - Magasins de vin	x
6023	Beer Stores - Magasins de bière	x
603	Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnances et de médicaments brevetés	12,059
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,589
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	470
611	Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,737
612	Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,792
613	Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames	3,801
614	Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.e.c.a.	3,858
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	636
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	103
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.e.c.a.	3,119
615	Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés	573
621	Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison	4,624
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,863
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,638
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	123
622	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	3,790
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	809
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	2,406
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	575
623	Household Furnishing Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,319
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,217
6232	Drapery Stores - Magasins de tentures	182
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	920

¹ See Estimation in "Methodology".¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993 - Continued
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993 - suite

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
631	Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles	38,297
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles (neuves)	36,672
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	1,625
632	Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir	2,579
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	...
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	...
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
633	Gasoline Service Stations - Stations-service	14,635
634	Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et accessoires pour véhicules automobiles	5,385
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,641
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	1,744
635	Motor Vehicle Repairs Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles	5,369
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	2,508
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,663
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	456
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	326
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	...
639	Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles	386
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.e.c.	...
641	General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	20,868
6411	Department Stores - Magasins à rayons	12,540
6412	General Stores - Magasins généraux	4,502
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,826
651	Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries	1,502
652	Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage	1,046
6521	Florist Shops - Fleuristes	628
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	418
653	Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint	2,419
6531	Hardware Stores - Quincailleries	1,935
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	484
654	Sporting Goods and Bicycle Stores - Magasins d'articles de sport et bicyclettes	2,555
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,423
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	132
655	Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques	988
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	445
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	543

Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993 - Concluded
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
656	Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,288
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	1,212
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	76
657	Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	527
658	Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,795
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	626
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,169
659	Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	4,505
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.c.a.	387
6592	Opticians' Shops - Opticiens	620
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	282
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	182
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	13
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	439
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	158
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.c.a.	...

Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1993
Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars)	Household Consumers for Personal Use	Retailers for Resale	Industrial, Commercial and Other Non- Household Users	Other Wholesalers for Resale	Farmers for Use in Farm Production	Foreign Markets
	Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Consomma- teurs ménagers pour usage personnel	Détaillants pour la revente	Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Autres grossistes pour la revente	Agriculteurs pour la production agricole	Marchés étrangers
		percentage - pourcentage					
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	54,941	6.0	64.1	9.0	19.3	0.0	1.5
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,510	1.5	66.7	15.0	13.4	0.0	3.3
Household Goods - Articles ménagers	7,530	5.1	57.4	11.0	25.3	0.0	1.3
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	22,368	2.9	33.8	19.3	35.3	0.6	8.1
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	14,929	1.3	23.9	52.6	15.0	0.5	6.5
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	19,717	14.6	31.2	30.1	11.6	2.0	10.5
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,104	2.6	10.9	10.3	4.3	69.2	2.5
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	46,441	2.4	18.5	60.3	12.0	0.7	5.9
Other Products - Autres produits	34,687	1.9	27.8	34.7	16.0	6.5	12.6
Grain - Céréales	10,682	0.1	5.4	19.8	7.4	3.5	63.9
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,048	4.4	38.3	22.5	21.6	2.5	10.8
All Groups - Tous les groupes	253,956	4.2	36.1	29.4	17.7	3.2	9.4

Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1993
Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue Contribution aux recettes d'exploitation totales		Number of Locations Nombre d'emplacements	
		Chain Stores	Independent Stores	Chain Stores	Independent Stores
		Magasins à succursales	Magasins indépendants	Magasins à succursales	Magasins indépendants
		Percentage - Pourcentage		Number - nombre	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	47,773	48.31	51.69	4,181	16,312
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,455	11.96	88.04	637	7,241
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,060	23.54	76.46	905	4,695
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,699	67.29	32.71	2,163	1,535
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,792	62.41	37.59	1,179	1,554
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,880	74.18	25.82	5,006	4,020
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,351	67.25	32.75	3,337	4,208
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,430	40.77	59.23	1,670	8,769
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,322	18.71	81.29	675	3,237
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	40,891	1.30	98.70	38	7,095
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,451	45.87	54.13	5,447	9,158
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	11,320	6.82	93.18	1,066	20,577
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	20,868	90.70	9.30	3,981	3,129
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	6,757	27.02	72.98	2,597	13,801
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,376	39.65	60.35	3,060	8,044
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	10,183	73.65	26.35	5,399	8,286
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	195,608	39.15	60.85	41,341	121,662

Table 9.1. Wholesale Trade - Selected Price Indices, Canada, 1988-1993
Tableau 9.1. Commerce de gros - Indices de prix divers, Canada, 1988-1993

	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	105.1	108.4	111.1	114.3	114.8	115.9
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	107.4	111.1	114.2	106.1	106.9	108.1
Household Goods - Articles ménagers	99.8	99.7	103.6	97.2	100.6	103.6
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	100.0	101.5	101.6	94.4	96.7	101.2
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	116.1	117.9	112.7	100.6	101.0	102.6
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	106.8	110.4	112.2	104.3	109.0	125.3
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	103.1	105.0	108.7	98.2	100.4	103.2
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	102.5	103.3	99.8	93.1	88.1	87.3
Other Products - Autres produits	109.4	112.0	111.4	108.5	109.0	112.2
All Groups - Tous les groupes	105.6	107.2	107.0	102.4	102.4	105.0

Source: The implicit price indices used are supplied by National Accounts and Environment Division.

Source: Les indices implicites de prix utilisés sont fournis par la Division des comptes nationaux et de l'environnement.

Table 9.2. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1987-1993
Tableau 9.2. Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1987-1993

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	104.4	108.6	114.0	119.5	126.2	128.1	130.4
Food Purchased from Stores Price Index (Including Non-Alcoholic Beverages) - Indice des prix des aliments achetés au magasin (y compris les boissons non-alcoolisées)	104.6	106.6	109.9	114.2	116.9	115.2	117.3
Clothing Price Index - Indice des prix des vêtements	104.2	109.6	114.1	117.3	128.4	129.5	130.8
Household Furnishings, Equipment, and Related Services Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement, équipement ménager et services connexes	103.4	107.0	111.6	112.8	116.9	116.5	117.0
Gasoline and Other Fuels Price Index - Indice de prix de l'essence et autres carburants	104.8	103.8	110.3	126.6	124.7	120.2	118.4
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	102.0	106.4	112.4	112.8	110.6	115.1	120.1
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	104.4	107.5	112.5	119.5	126.8	127.7	129.6
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	104.3	109.7	114.6	117.9	128.7	129.5	130.7
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	103.0	107.0	111.9	113.1	113.9	115.3	117.8

Source: Prices Division.

Source: Division des prix.

Methodology

Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Industry Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

A. Populations

Target Population

The target population is the collection of all units for which the information is required. The AWRTS target population consists of all Canadian-domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

Survey Population

The survey population is the collection of all units for which the survey can realistically provide information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in

Méthodologie

Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division de l'industrie de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

A. Populations

Population cible

La population cible est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles des informations sont requises. La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada.

Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the seven Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournit auparavant.

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quelle occasion pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuées un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimés pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confier un poids d'échantillon de cinq.

C. La collecte de données

Les sept bureaux régionaux de Statistique Canada font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. On communique avec les entreprises échantillonnées par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmis à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.

D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analyzed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of priority decided by the size of the deviation from average behavior. Records that fail statistical edits are considered outliers and are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

For records that do not respond on time or whose reported values are not credible, an estimate is imputed. In addition, values for companies who ceased their activities during the calendar year were also imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. The imputation system may use annualized monthly data, estimation based on other variables on the questionnaire, cell (trade group by province/territory) means, or the value of a similar unit. If there are insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30 000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection manuelle selon un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérées comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

On impute une estimation aux enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les variables déclarées ont été rejetées à la vérification préliminaire. De plus, les valeurs des compagnies qui ont cessé leurs activités pendant l'année civile ont aussi été imputées. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système d'imputation peut notamment utiliser les données mensuelles annualisées, l'estimation basée sur d'autres variables du questionnaire, la moyenne de la cellule, ou la valeur d'une unité semblable. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subséquemment pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faits à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacement. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30 000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 0.5%	Very good
B -	0.6% - 1.0%	Very good
C -	1.1% - 2.5%	Good
D -	2.6% - 5.0%	Good
E -	5.1% - 10.0%	Acceptable
F -	10.1% - 16.5%	Acceptable
G -	16.6% - 25.0%	Acceptable
H -	25.1% - 33.3%	Use with caution
I -	33.4% - 50.0%	Use with caution
J -	Over 50.0%	Unpublishable data

Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreur, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basées sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'un enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimé à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimée est l' écart-type estimé (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimée comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimés sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 0.5%	Très bonne
B -	0.6% - 1.0%	Très bonne
C -	1.1% - 2.5%	Bonne
D -	2.6% - 5.0%	Bonne
E -	5.1% - 10.0%	Acceptable
F -	10.1% - 16.5%	Acceptable
G -	16.6% - 25.0%	Acceptable
H -	25.1% - 33.3%	A utiliser avec précaution
I -	33.4% - 50.0%	A utiliser avec précaution
J -	Plus de 50.0%	Données non diffusables

B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rates can be used as indicators of the potential level of nonsampling errors.

Some nonsampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (undercoverage), or counted more than once (overcoverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (overcoverage).

Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimés de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.

Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité de données fournit les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de 10 millions\$, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.

Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1993
Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité de données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	89.60	92.17	471	3.26 (D)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	85.40	86.44	493	4.18 (D)
Household Goods - Articles ménagers	89.35	89.19	263	6.46 (E)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	89.74	93.08	419	1.58 (C)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	90.10	96.84	394	4.22 (D)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	87.00	87.17	546	5.36 (E)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	89.92	94.49	397	5.18 (E)
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	89.92	94.37	1,230	3.54 (D)
Other Products - Autres produits	88.21	93.09	984	4.46 (D)
Grain - Céréales	77.94	99.63	68	1.04 (C)
Petroleum Products - Produits pétroliers	73.96	86.34	192	1.30 (C)
All Groups - Tous les groupes	88.14	92.07	5,457	1.24 (C)

¹ See "Data Quality" for a description of the codes.

¹ Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, Canada, 1993
Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité de données - Commerce de gros par province ou territoires, Canada, 1993

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Newfoundland - Terre-Neuve	87.91	90.59	208	3.40 (D)
Prince Edward Island - Ile-du-Prince-Édouard	85.71	83.97	149	1.34 (C)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	88.80	91.31	279	3.96 (D)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	86.13	88.05	207	1.48 (C)
Quebec - Québec	86.94	89.84	1,233	2.44 (C)
Ontario	90.96	92.56	1,546	2.22 (C)
Manitoba	87.16	95.17	393	1.28 (C)
Saskatchewan	89.13	92.49	223	1.98 (C)
Alberta	90.94	94.86	581	1.56 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	89.54	90.26	555	4.38 (D)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	70.45	87.15	30	0.00 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	86.11	79.18	53	0.22 (A)

¹ See "Data Quality" for a description of the codes.

¹ Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1993
Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1993

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	81.92	92.65	1,789	1.66 (C)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	78.13	90.29	631	4.92 (D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	86.59	91.25	1,165	1.80 (C)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	73.91	82.39	253	3.34 (D)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	81.65	91.92	267	3.62 (D)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	75.26	89.59	477	1.60 (C)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	77.04	86.49	601	2.10 (C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	80.16	88.90	1,105	2.90 (D)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	81.32	86.05	755	3.10 (D)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	90.07	95.42	1,480	3.74 (D)
Gasoline Service Stations - Stations-service	79.81	91.44	1,070	2.58 (D)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	84.88	89.46	1,859	2.30 (D)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	84.06	97.91	389	0.54 (A)
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	82.22	89.11	1,598	2.50 (C)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	79.64	85.89	1,066	3.02 (C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	79.66	92.70	1,234	1.00 (B)
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	82.16	92.58	15,739	0.94 (B)

See "Data Quality" for a description of the codes.

Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, By Province or Territory, Canada, 1993
Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par province ou territoire, Canada, 1993

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Newfoundland - Terre-Neuve	83.61	92.61	939	1.50 (C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	82.86	89.86	374	1.32 (C)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83.85	89.60	958	2.98 (D)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	81.72	82.95	930	3.28 (D)
Quebec - Québec	80.74	91.60	3,389	1.86 (C)
Ontario	83.08	93.40	3,314	2.08 (C)
Manitoba	83.13	90.67	1,037	1.56 (C)
Saskatchewan	87.44	94.07	843	1.72 (C)
Alberta	86.51	94.49	1,477	2.36 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	80.92	92.60	2,155	1.20 (C)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	73.01	79.39	155	0.60 (B)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	80.00	87.45	168	1.86 (C)

See "Data Quality" for a description of the codes.

Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Wholesale Trade Section (613) 951-3541 or the Retail Trade section at (613) 951-3556 (facsimile number (613) 951-3522).

Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification des types d'industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la Section du commerce de gros (613) 951-3541 ou la Section de commerce de détail au (613) 951-3556 (numéro de télécopieur (613) 951-3522).

Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recoupements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.

Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

Wholesale Trade - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers.

Retail Trade - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Reporting period - The 1993 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1993 and March 31, 1994.

Kind-of-business - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

Sales - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

Commerce de gros - La vente de marchandises à son propre compte, aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs.

Commerce de détail - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail. Ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail: par exemple, les ventes directes par démarchage; les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs; les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques; et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Période de déclaration - L'année civile 1993 ou tout exercice financier se terminant entre le 1er avril 1993 et le 31 mars 1994.

Genre de commerce - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

Ventes - Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de

Sales by class of customer - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers (not for business use); retailers; wholesalers; industrial, commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

Sales of goods purchased for resale on own account - Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

Commission revenue - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

Sales of goods of own manufacture - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

Labour receipts from installation and repair of goods - Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

Revenues from rental and leasing of goods and equipment - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

Other operating revenue - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

Total operating revenue - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

Non-operating revenue - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

Purchases - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents,

vente directes sont exclues.

Ventes par type de clientèle - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte - Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Commissions - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

Ventes de produits de propre fabrication - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

Recettes de main - d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

Recettes provenant de la location de biens et de matériel - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

Autres recettes d'exploitation - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toute autre recette d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

Recettes d'exploitation totales - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

Recettes hors exploitation - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

Achats - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les

import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

Cost of goods sold - This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing inventory.

Gross margin - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

Employee earnings and benefits - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Other operating expenses - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

Opening and closing inventories - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded.

Retail location - A business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc..

commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

Prix de revient - On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

Marge brute - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

Rémunération et avantages sociaux des employés - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages imposables. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Autres dépenses d'exploitation - Inclus le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

Stocks d'ouverture et de fermeture - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses.

Point de vente au détail - Un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc..

Chain organization - An organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an **independent organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

Operating Profit - This value is obtained by calculating: Total operating revenue - total operating expenses.

Profit Margin - This value is obtained by calculating: Operating profit ÷ total operating revenue.

Operating Revenue to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Total operating revenue ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Cost of Goods Sold to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Cost of Goods Sold ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Employee: Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

Entreprise de magasins à succursales - Toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des **entreprises indépendantes**. Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales.

Bénéfice d'exploitation - On obtient cette donnée en calculant: recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

Marge de profit - On obtient cette donnée en calculant: Bénéfice d'exploitation ÷ recettes d'exploitation totales.

Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Recettes d'exploitation totales ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Ratio du prix de revient aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Prix de revient ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Salarié - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.



Industry Division

Annual Wholesale and Retail Trade Survey 1993

Si vous préférez recevoir ce questionnaire en français veuillez cocher ☐

Complete and mail within 30 days of receipt.



Correct pre-printed information if necessary using the corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal Code

1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING

AUTHORITY

Collected under the authority of the Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

PURPOSE OF THE SURVEY

This survey collects essential data to produce statistics on retail and wholesale trade and on the national economy. Aggregated industry information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies. In addition, this information is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information obtained from this survey that relates to any identifiable business without the

previous written consent of that business. The data reported on this questionnaire will be treated in strict confidence. They will be used exclusively for statistical purposes and will be published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

FEDERAL PROVINCIAL / TERRITORIAL AGREEMENTS

To avoid duplication of enquiry and to provide consistent statistics, agreements have been made under Section 11 of the Statistics Act, to exchange information collected by this survey with the Bureau of Statistics of Alberta and Manitoba. Agreement has also been made under Section 12 of the Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics for the sharing of information from this survey. Under Section 12, you may refuse to share your information with the Northwest Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician and returning your letter of objection along with the completed questionnaire.

2 - INQUIRIES

If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please call the nearest Statistics Canada Regional Office.

	LOCAL	TOLL FREE
Halifax	426 - 5662	1 - 800 - 565 - 1685
Montréal	283 - 5724	1 - 800 - 363 - 6720
Sturgeon Falls	753 - 4888	1 - 800 - 461 - 1662
Toronto	973 - 6598	1 - 800 - 387 - 0730
Winnipeg	983 - 8650	1 - 800 - 665 - 3393
Edmonton	495 - 4627	1 - 800 - 661 - 9884
Vancouver	666 - 3616	1 - 800 - 663 - 0172

3 - REPORTING PERIOD

Report for the 1993 Calendar year, January 1, 1993 to December 31, 1993

If you cannot provide calendar year data, report for your business year ending between April 1, 1993 and March 31, 1994

PLEASE SPECIFY REPORTING PERIOD

FROM

D	M	Y
---	---	---

 TO

D	M	Y
---	---	---

4 - KIND OF BUSINESS

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the percentage of total sales and receipts.

(a)		%
(b)		%
(c)		%

5 - SALES BY CLASS OF CUSTOMER

Indicate the percentage of total sales and receipts made to:

(a) Household Consumers (not for business use)	%
(b) Retailers	%
(c) Wholesalers	%
(d) Industrial, commercial and other users	%
(e) Farmers, for use in farm production	%
(f) Export	%
(g) Total	100 %

5-3100-1887.1: 1993-20-10

STC/IND-375-75008



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

5-3100-1887.1



Division de l'industrie

Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1993

If you prefer this questionnaire in English,
please check ☐

Renvoyer dûment rempli dans les 30 jours
suivant la réception.



Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en
utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal

1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE

AUTORITÉ

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois
révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

BUT DE L'ENQUÊTE

Le but de l'enquête est de recueillir des données essentielles afin
de produire des statistiques sur les commerces de gros et de détail
et sur l'économie du pays. Tous les niveaux de gouvernement ont
besoin de données agrégées pour élaborer des politiques et des
programmes économiques régionaux et nationaux. De plus, les
entreprises, les associations de marchands et d'autres groupes se
servent de ces renseignements pour élaborer des stratégies de
commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des
décisions.

CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques qui
pourraient divulguer tout renseignement permettant d'identifier une
entreprise sans que celle-ci en ait donné l'autorisation par écrit au

préalable. Les données du questionnaire demeureront confidentielles.
Elles ne serviront qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme
agrégée seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la
statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à l'information ou
toute autre loi.

ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer l'uniformité des
données, Statistique Canada a conclu une entente en vue de l'échange
des données de la présente enquête, avec les bureaux de la statistique de
l'Alberta et du Manitoba, aux termes de l'article 11 de la Loi sur la
statistique, et avec le Bureau de la statistique des Territoires du
Nord-Ouest, aux termes de l'article 12 de la Loi sur la statistique. En vertu
de l'article 12, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec
le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest en informant par
écrit le statisticien en chef et en retournant votre lettre et le questionnaire
dûment rempli.

2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

Si vous avez besoin d'aide pour remplir le
questionnaire ou si vous avez des questions
concernant l'enquête, adressez-vous au bureau
régional de Statistique Canada le plus près.

Halifax
Montréal
Sturgeon Falls
Toronto
Winnipeg
Edmonton
Vancouver

APPEL LOCAL

426 - 5662
283 - 5724
753 - 4888
973 - 6598
983 - 8650
495 - 4627
666 - 3616

APPEL SANS FRAIS

1 - 800 - 565 - 1685
1 - 800 - 363 - 6720
1 - 800 - 461 - 9652
1 - 800 - 387 - 0730
1 - 800 - 665 - 3393
1 - 800 - 661 - 9884
1 - 800 - 663 - 0172

3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION

Fournissez une déclaration pour l'année civile 1993, soit du 1er janvier au 31 décembre 1993.

Si vous ne pouvez pas fournir de données pour l'année civile,
fournissez-les pour votre exercice financier se terminant entre
le 1er avril 1993 et le 31 mars 1994.

VEUILLEZ PRÉCISER LA PÉRIODE DE DÉCLARATION

DU J M A AU J M A

4 - GENRE D'EXPLOITATION

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des ventes et des recettes
totales.

(a)		%
(b)		%
(c)		%

5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE

Indiquez le pourcentage des ventes et des recettes totales faites aux:

(a) Ménages (non pour usage commercial)	%
(b) Détaillants	%
(c) Grossistes	%
(d) Industriels, commerçants et autres consommateurs	%
(e) Agriculteurs, pour la production agricole	%
(f) Exportateurs	%
(g) Total	100 %

5-3100-1987-2: 1993-20-10

SQC/IND-375-75008



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

6 - RECETTES							
(a) Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte (Déclarez les ventes brutes de marchandises neuves ou d'occasion, moins les rendus, les ajustements, les taxes de vente provinciales et la TPS. Ne déduisez pas la valeur des reprises.)						\$.00
(b) Commissions (revenu brut de l'achat ou de la vente de marchandises pour le compte d'autrui)						\$.00
(c) Ventes de produits de propre fabrication						\$.00
(d) Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens (déclarez les pièces au point (a) ci-dessus)						\$.00
(e) Recettes provenant de la location de biens et de matériel						\$.00
(f) Autres recettes d'exploitation (ex. location de biens immobiliers, prestation de services de restauration et d'autres services)						\$.00
(g) Recettes d'exploitation totales (somme de (a) à (f))						\$.00
(h) Recettes hors exploitation (ex. subventions, intérêts et dividendes, et gains résultant de la vente des biens immobiliers et de placements)						\$.00
7 - DÉPENSES							
(a) Rémunération et avantages sociaux des employés; (déclarez le total des traitements, salaires, primes, commissions et autres paiements versés aux employés. Déclarez les paiements bruts avant les retenues pour l'impôt sur le revenu, les régimes de pensions du Canada et de rentes du Québec, les primes d'assurance-chômage.)						\$.00
(b) Prix de revient des marchandises vendues						\$.00
(c) Achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente (inclure tous les frais et la valeur des reprises, moins les rendus, les ajustements et les rabais.)						\$.00
(d) Autres dépenses d'exploitation (inclure le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc. et autres dépenses pour l'achat de services. Exclure l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.)						\$.00
8 - STOCKS							
Déclarez les stocks de marchandises neuves et d'occasion tenues pour la revente tel qu'indiqué dans vos livres. Déclarez le coût si possible. Inclure: reprises et pièces utilisées pour la réparation; tout stock en transit, entreposé ou consigné au Canada. Exclure: valeur des marchandises tenues en consignation pour les autres; fournitures de magasin et de bureau et autres fournitures non destinées à la vente.							
(a) Du début \$.00				(b) De la fin \$.00			
Si vous déclarez autre que le prix coûtant, indiquez: <input type="checkbox"/> Prix du marché (coût de remplacement courant) <input type="checkbox"/> Autre (précisez)				<input type="checkbox"/> Prix de vente			
9 - EMPLACEMENTS ET RÉPARTITION PROVINCIALE							
(a) Indiquez le nombre d'emplacements exploités durant votre période de déclaration.							
(b) Exploitez-vous votre commerce dans plus d'une province? <input type="checkbox"/> Non ► Passez à 10 <input type="checkbox"/> Oui ► Si oui, fournissez les données suivantes.							
Province Territoire	Emplacements	Ventes et recettes		Rémunération et avantages sociaux des employés		Prix de revient des marchandises vendues (exclure le coût de la main-d'œuvre)	
	Nombre	En dollars ou en pourcentage					
Terre-Neuve		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Île-du-Prince-Édouard		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Nouvelle-Écosse		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Nouveau-Brunswick		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Québec		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Ontario		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Manitoba		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Saskatchewan		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Alberta		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Colombie-Britannique		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Territoire du Yukon		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Territoires du Nord-Ouest		\$.00	%	\$.00	%	\$.00	%
Canada		\$.00	100 %	\$.00	100 %	\$.00	100 %
10 - CERTIFICATION							
J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je le sache, complets et exacts.							
Signataire autorisé		Titre				Date	
Pour plus de renseignements, contactez		N° de téléphone (Indiquez)				N° de télécopieur	

5-3100-1887.2

Appendix II

Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1993

010 Food, Beverages, Drug and Tobacco Products

5211	Confectionery
5212	Frozen Foods (Packaged)
5213	Dairy Products
5214	Poultry and Eggs
5215	Fish and Seafood
5216	Fresh Fruit and Vegetables
5217	Meat and Meat Products
5219	Other Foods
5221	Non-Alcoholic Beverages
5222	Alcoholic Beverages
5231	Drugs
5232	Toilet Soaps and Preparations
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
5241	Tobacco Products

020 Apparel and Dry Goods

5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
5314	Footwear
5319	Other Apparel
5321	Piece Goods
5329	Notions and Other Dry Goods

030 Household Goods

5411	Electrical Household Appliances
5412	Electronic Household Appliances
5421	Household Furniture
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery
5432	Floor Coverings
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
5439	Other Household Furnishings

040 Motor Vehicles, Parts and Accessories

5511	Automobiles
5512	Trucks and Buses
5519	Other Motor Vehicles and Trailers
5521	Tires and Tubes
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories

050 Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies

5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
5612	Other Iron and Steel Products
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products
5619	Combination Metal and Metal Products
5621	Hardware
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies

060 Lumber and Building Materials

5631	Lumber, Plywood and Millwork
5632	Paint, Glass and Wallpaper

Annexe II

Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1993

010 Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac

5211	Confiseries
5212	Produits alimentaires congelés (emballés)
5213	Produits laitiers
5214	Volaille et oeufs
5215	Poisson et fruits de mer
5216	Fruits et légumes frais
5217	Viande et produits de la viande
5219	Autres produits alimentaires
5221	Boissons non-alcooliques
5222	Boissons alcooliques
5231	Médicaments
5232	Savons et produits de toilette
5239	Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
5241	Produits du tabac

020 Vêtements et articles de mercerie

5311	Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons
5312	Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
5313	Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
5314	Chaussures
5319	Autres vêtements
5321	Tissus à la pièce
5329	Articles de mercerie

030 Articles ménagers

5411	Appareils ménagers électriques
5412	Appareils ménagers électroniques
5421	Meubles de maison
5431	Porcelaine, verrerie, faïence et poterie
5432	Revêtements de sol
5433	Linge de maison, tentures et autres articles de textile
5439	Autres accessoires ménagers d'ameublement

040 Véhicules automobiles, pièces et accessoires

5511	Automobiles
5512	Camions et autobus
5519	Autres véhicules automobiles
5521	Pneus et chambres à air
5529	Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles

050 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage

5611	Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
5612	Autres produits en fer et en acier
5613	Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
5619	Combinaisons de métaux et produits en métal
5621	Articles de quincaillerie
5622	Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation

060 Bois et matériaux de construction

5631	Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
5632	Peintures, vitres et papiers peints

5639	Other Building Materials
070	Farm Machinery, Equipment and Supplies
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies
080	Other Machinery, Equipment and Supplies
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.
090	Other Products
5011	Livestock
5019	Other Farm Products
5911	Automobile Wrecking
5919	Other Waste Materials
5921	Newsprint
5922	Stationery and Office Supplies
5929	Other Paper and Paper Products
5931	Agricultural Feeds
5932	Seeds and Seed Processing
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies
5941	Toys, Novelties and Fireworks
5942	Amusement and Sporting Goods
5951	Photographic Equipment and Supplies
5952	Musical Instruments and Accessories
5961	Jewellery and Watches
5971	Industrial and Household Chemicals
5981	General Merchandise
5991	Books, Periodicals and Newspapers
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)
5993	Forest Products
5999	Other Products n.e.c.
100	Grain
5012	Grain
110	Petroleum Products
5111	Petroleum Products

5639	Autres matériaux de construction
070	Machines, matériel et fournitures agricoles
5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
080	Autres machines, matériel et fournitures
5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciel
5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
090	Produits divers
5011	Bétail
5019	Autres produits agricoles
5911	Démontage d'automobiles
5919	Autres matières de rebut
5921	Papier journal
5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Aliments pour animaux
5932	Semences et traitement des semences
5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Articles de loisir et de sport
5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Bijoux et montres
5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	Marchandise générale
5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Produits forestiers
5999	Autres produits n.c.a.
100	Céréales
5012	Céréales
110	Produits Pétroliers
5111	Produits pétroliers

Appendix III**Trade Group Coverage - Retail Trade, 1993**

010	Supermarkets and Grocery Stores
6011	Supermarkets
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets)
020	All Other Food Stores
6013	Bakery Products Stores
6014	Candy and Nut Stores
6015	Fruit and Vegetable Stores
6016	Meat Markets
6019	Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.
030	Drug and Patent Medicine Stores
6031	Pharmacies
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores
040	Shoe Stores
6111	Shoe Stores
050	Men's Clothing Stores
6121	Men's Clothing Stores
060	Women's Clothing Stores
6131	Women's Clothing Stores
070	Other Clothing Stores
6141	Children's Clothing Stores
6142	Fur Goods Stores
6149	Other Clothing Stores, n.e.c.
080	Household Furniture and Appliance Stores
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
6222	Television, Radio and Stereo Stores
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops
090	Household Furnishing Stores
6231	Floor Covering Stores
6232	Drapery Stores
6239	Other Household Furnishings Stores
100	Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers
6311	Automobile (New) Dealers
6312	Automobile (Used) Dealers
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers

Annexe III**Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1993**

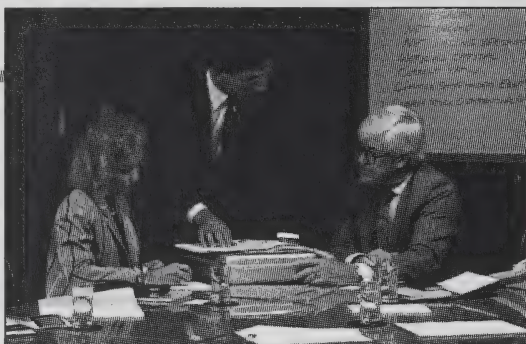
010	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf supermarchés)
020	Tous les autres magasins d'alimentation
6013	Boulangeries - pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
040	Magasins de chaussures
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
060	Magasins de vêtements pour dames
6131	Magasins de vêtements pour dames
070	Autres magasins de vêtements
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
080	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
090	Magasins d'accessoires d'ameublement
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
100	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers
6329	Other Recreational Vehicle Dealers
110	Gasoline Service Stations
6331	Gasoline Service Stations
120	Automotive Parts, Accessories and Services
6341	Home and Auto Supply Stores
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores
6351	Garages (General Repairs)
6352	Paint and Body Repair Shops
6353	Muffler Replacement Shops
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops
6391	Car Washes
6399	Other Motor Vehicle Services, n.e.c.
130	General Merchandise Stores
6411	Department Stores
6412	General Stores
6413	Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)
140	Other Semi-Durable Goods Stores
6511	Book and Stationery Stores
6521	Florist Shops
6522	Lawn and Garden Centres
6531	Hardware Stores
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores
6581	Toy and Hobby Stores
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores
150	Other Durable Goods Stores
6541	Sporting Goods Stores
6542	Bicycle Shops
6551	Musical Instrument Stores
6552	Record and Tape Stores
6561	Jewellery Stores
6562	Watch and Jewellery Repair Shops
6571	Camera and Photographic Supply Stores
160	Other Retail Stores
6021	Liquor Stores
6022	Wine Stores
6023	Beer Stores
6591	Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.
6592	Opticians' Shops
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores
6594	Luggage and Leather Goods Stores
6595	Monument and Tombstone Dealers
6596	Pet Stores
6597	Coin and Stamp Dealers
6598	Mobile Home Dealers
6599	Other Retail Stores, n.e.c.

6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir
110	Stations-service
6331	Stations-service
120	Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.e.c.
130	Magasins de marchandises diverses
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140	Autres magasins de produits semi-durables
651	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150	Autres magasins de produits durables
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160	Autres magasins de vente au détail
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.e.c.
6592	Opticiens
6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.e.c.

**Hire our
team of
researchers for
\$56 a year**

**Notre équipe de
chercheurs est à
votre service pour
56 \$ par année**



Subscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story. We know you'll find *Perspectives* indispensable. **GUARANTEED.** If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a **FULL REFUND** on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

S'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. **C'EST GARANTI.** Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous **REMBOURSERONS** le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPE au cat.) dès aujourd'hui.

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).

ORDER FORM

Statistics Canada



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number _____

Signature _____ Expiry Date _____

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

 **Purchase Order Number**
(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238



THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada Statistique Canada

Canada



Statistique Canada

MODALITÉS DE PAIEMENT :

Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



1-800-267-6677



 (613) 951-1584

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Veillez vous assurer de remplir le bon au complet.

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte☐ VISA MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Paiement inclus

\$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238



Statistique Canada Statistics Canada

Canada

✓ **Identify
Emerging Trends**

✓ **Define New
Markets**

✓ **Pinpoint Profit
Opportunities**

✓ **Dégagez les
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les
possibilités de profit**

To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

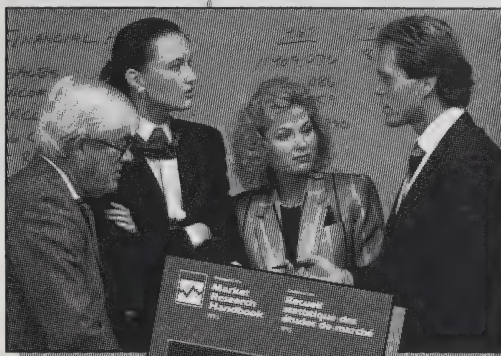
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the *Market Research Handbook* gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
 - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
 - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
 - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the *Handbook* includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the *Market Research Handbook* (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le *Recueil statistique des études de marché* brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le *Recueil*, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du *Recueil statistique des études de marché* (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS le 1-800-267-6677 OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistics Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. **Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else**, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. **Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs**, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes **directement relié** aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'**Indicateur composite avancé** (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.



Catalogue no. 63-236-XPB

Wholesaling and Retailing in Canada,

1994

N° 63-236-XPB au catalogue

Les commerces de gros et de détail au Canada,

1994

Government
Publications

*Library
Lent 67 76*



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to obtain more information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Wholesale Trade Section, Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-5754 or (613) 951-3549) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialling area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

How to order publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

Statistics Canada
Operations and Integration Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Telephone: (613) 951-7277
Fax: (613) 951-1584
Toronto (credit card only): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Standards of service to the public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de gros, Section du Commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-5754 ou (613) 951-3549) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Téléphone : (613) 951-7277
Télécopieur : (613) 951-1584
Toronto (carte de crédit seulement) : (416) 973-8018
Internet : order@statcan.ca

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Wholesale Trade Section
Retail Trade Section

Wholesaling and Retailing in Canada,

1994

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de gros
Section du commerce de détail

Les commerces de gros et de détail au Canada,

1994

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

October 1996

Price: Canada: \$45.00
United States: US\$54.00
Other countries: US\$63.00

Catalogue no. 63-236-XPB

ISSN 1201-0588

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

Octobre 1996

Prix : Canada : 45 \$
États-Unis : 54 \$ US
Autres pays : 63 \$ US

N° 63-236-XPB au catalogue

ISSN 1201-0588

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Note

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

Nota

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» – «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 1984.



Table of Contents

Table des matières

	Page		Page
Highlights	7	Faits saillants	7
Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey	8	Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail	8
For Further Reading	10	Lectures suggérées	10
Annual Review - Wholesale Trade	11	Revue annuelle - Commerce de gros	11
Annual Review - Retail Trade	15	Revue annuelle - Commerce de détail	15
Table		Tableau	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1984-1994	21	1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1984-1994	21
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1984-1994	21	1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1984-1994	21
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1994	22	2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1994	22
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1994	22	2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1994	22
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1994	23	3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1994	23
3.2 Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1994	24	3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1994	24
3.3 Wholesale trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, 1994	25	3.3 Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, 1994	25
3.4 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1994	26	3.4 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1994	26
3.5 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1994	27	3.5 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1994	27
3.6 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1994	28	3.6 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1994	28

Table of Contents - Continued

3.7	Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1994	29
3.8	Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1994	30
3.9	Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1994	31
3.10	Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1994	32
3.11	Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1994	33
3.12	Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1994	34
3.13	Wholesale Trade - Grains, Canada, 1994	35
3.14	Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1994	36
4.1	Retail Trade - All Groups, Canada, 1994	37
4.2	Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1994	38
4.3	Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1994	39
4.4	Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1994	40
4.5	Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1994	41
4.6	Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1994	42
4.7	Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1994	43
4.8	Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1994	44
4.9	Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1994	45

Table des matières - suite

3.7	Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1994	29
3.8	Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1994	30
3.9	Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1994	31
3.10	Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1994	32
3.11	Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1994	33
3.12	Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1994	34
3.13	Commerce de gros - Céréales, Canada, 1994	35
3.14	Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1994	36
4.1	Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1994	37
4.2	Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1994	38
4.3	Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1994	39
4.4	Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1994	40
4.5	Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1994	41
4.6	Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1994	42
4.7	Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1994	43
4.8	Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1994	44
4.9	Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1994	45

Table of Contents - Continued

Table des matières - suite

4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1994	46	4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1994	46
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1994	47	4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1994	47
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1994	48	4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1994	48
4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1994	49	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1994	49
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1994	50	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1994	50
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1994	51	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1994	51
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1994	52	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1994	52
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1994	53	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1994	53
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1994	54	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1994	54
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1994	54	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1994	54
6.1 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1994	55	6.1 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1994	55
6.2 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1994	58	6.2 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1994	58
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1994	61	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1994	61
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1994	62	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1994	62

Table of Contents - Concluded		Table des matières - fin	
9.0 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1988-1994	63	9.0 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1988-1994	63
Methodology	65	Méthodologie	65
Data Quality	68	Qualité des données	68
Supplementary Table		Tableau supplémentaire	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1994	71	1.1 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1994	71
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1994	71	1.2 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoire, 1994	71
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1994	72	2.1 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1994	72
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1994	72	2.2 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1994	72
Special Requests	73	Demandes spéciales	73
Glossary	74	Glossaire	74
Appendix I - Questionnaire	79	Appendice I - Questionnaire	79
Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1994	83	Appendice II - Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1994	83
Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1994	85	Appendice III - Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1994	85

Highlights

In 1994, retailers' and wholesalers' revenues increased at faster rates than the previous year. Retailers saw their revenue increase 6.8% from the previous year to \$208.9 billion, while revenue for wholesalers jumped 11.7% to \$282.4 billion. An improving domestic economy contributed to these growth rates and strong demand for raw materials and Canadian-manufactured goods on foreign markets boosted the rise for wholesalers.

Most sectors of wholesale and retail trade had improved sales in 1994. Wholesalers of metals, hardware and plumbing and heating supplies registered the highest revenue increase (+24.4%). Recreational and motor vehicle dealers posted the largest revenue increase in retail trade (+16.1%). Retail drug stores, men's clothing stores and gasoline service stations had lower sales in 1994. The only wholesale category with a sales decline from 1993 was wholesalers of apparel and dry goods (-2.7%).

In 1994, revenue growth was more uniform across the country, in contrast to 1993 which saw growth concentrated in the western provinces. All provinces and territories had higher retail revenue in 1994, with the Northwest Territories (+14.2%) and Saskatchewan (+10.8%) recording the largest increase. Wholesale revenue rose in all provinces except Nova Scotia and Yukon. Saskatchewan also recorded the highest growth in wholesale revenue (+31.7%).

Retailers' and wholesalers' gross margins remained virtually unchanged at 27.3% and 21.4% respectively in 1994. The highest retail gross margins were in the shoe and clothing categories (greater than 42%), while wholesalers of industrial machinery, equipment and supplies (30.3%) reported the highest wholesale gross margin. The retail sector had a 5.0% profit margin in 1994, up from 2.8% in 1993. Wholesalers earned 5.5% in 1994, up from 4.2% in 1993.

Faits saillants

En 1994, les revenus des détaillants et des grossistes ont augmenté plus rapidement que l'année précédente. Les revenus des détaillants se sont accrus de 6.8% et se chiffrent à \$208.9 milliards tandis que les revenus des grossistes grimpent de 11.7% et totalisent \$282.4 milliards. L'amélioration de l'économie intérieure a favorisé cette croissance des taux. La forte demande par les marchés étrangers pour la matière première et les biens manufacturés au pays ont renchéri la hausse pour les grossistes.

Les ventes de la plupart des secteurs du commerce de gros et de détail ont augmenté en 1994. Les grossistes en métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage enregistrent la plus forte augmentation des revenus (+24.4%). Quand aux détaillants, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs déclarent la plus forte hausse (+16.1%). À l'opposé, les pharmacies, les magasins de vêtements pour hommes et les stations-service se retrouvent avec des ventes plus faibles en 1994. Chez les grossistes, une seule catégorie montre une baisse depuis 1993 soit les marchands de gros en vêtements et articles de mercerie (-2.7%).

En 1994, la croissance des revenus se distribue plus uniformément à la grandeur du pays, contrairement à 1993 où la croissance se concentrait davantage dans les provinces de l'ouest. Les revenus du commerce de détail augmentent dans toutes les provinces, les Territoires du Nord-Ouest (+14.2%) et la Saskatchewan (+10.8%) performant le mieux. Au niveau du commerce de gros, toutes les provinces à l'exception de la Nouvelle-Écosse et du Yukon étalent une hausse de leurs revenus. La Saskatchewan s'illustre avec la meilleure croissance de ses revenus (+31.7%).

La marge brute des détaillants et des grossistes, en 1994, plafonne pratiquement au même niveau qu'en 1993, 27.3% et 21.4% respectivement. Les détaillants ayant les marges brutes les plus élevées sont les magasins de souliers et de vêtements (supérieures à 42%). Parmi les grossistes, ce sont ceux qui vendent des machines, matériel et fournitures industriels (30.3%). La marge de profit du secteur du commerce de détail s'établit à 5.0% en 1994, une marge nettement supérieure au 2.8% enregistrée en 1993. De leur côté, les grossistes affichent une marge de profit de 5.5% en 1994, une légère hausse par rapport au 4.2% de 1993.

Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

Introduction

This is the second edition of *Wholesaling and Retailing in Canada*. This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* and *Annual Retail Trade*. Its objective is to present timely information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels for the previous calendar year. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

The New Survey

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of independent wholesalers and retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

This is the second year AWRTS estimates are published. The previous annual publications compiled estimates from both survey and administrative data. Survey data came from the Annual Wholesale Trade Survey (AWTS), covering all known wholesale merchants; the ARC for chain and department store organizations; and the Annual Retail Trade Survey (ARTS), covering all known independent retailers not covered by the ARC. Wholesale and retail operations under a certain revenue threshold were excluded from the survey. Administrative data came from income tax returns for corporations and unincorporated businesses. The change in survey method will improve the timeliness and the quality of estimates provided to users of Statistics Canada information.

Comparability

Changes in concepts and methodology and revisions of data made by respondent may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWTs. The use of a sample-based survey also marks a break in the series

Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

Introduction

Ceci est la deuxième édition de *Les commerces de gros et de détail au Canada*. Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros et Commerce de détail annuel*. Son objectif est de présenter des données courantes sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial pour l'année civile précédente. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

La nouvelle enquête

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

C'est la deuxième année que les estimations de l'EACGD sont publiées. Les publications annuelles précédentes obtenaient leurs estimations de données d'enquêtes et de données administratives. Les données d'enquêtes provenaient de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros (EACG), qui couvrait tous les grossistes connus; l'EAMS pour les organisations de magasins à succursales et de grands magasins; et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail (EACD), qui couvrait tous les détaillants indépendants connus qui n'étaient pas couverts par l'EAMS. Les exploitations de commerce de gros et de détail qui avaient des revenus sous des bornes spécifiées étaient exclues de l'enquête. Les données administratives venaient de déclarations d'impôt sur le revenu de corporations et d'entreprises non incorporées. Ce changement de méthode d'enquête améliorera l'actualité et la qualité des estimations fournies aux utilisateurs des données de Statistique Canada.

Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données

from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by about 1%.

The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion (i.e. 51% or more) of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

Revisions

1993 AWRTS data were not revised.

annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimations préliminaires qui sont révisées à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail d'environ 1%.

Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute (c'est-à-dire 51% et plus). La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.

Révisions

Les données de 1993 de l'EACGD n'ont pas été révisées.

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

LECTURES SUGGÉRÉESChoisissez parmi les publications de
Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Department Store Sales and Stocks, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-002-XPB	Ventes et stocks des grands magasins, <i>mensuel, bilingue.</i>
Retail Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-005-XPB	Commerce de détail, <i>mensuel, bilingue.</i>
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel, bilingue.</i>
Wholesale Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-008-XPB	Commerce de gros, <i>mensuel, bilingue.</i>
Retail Chain and Department stores, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, <i>annuel, bilingue.</i>
Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel, bilingue.</i>
Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-218-XPB	La vente directe au Canada, <i>annuel, bilingue</i>
Retail Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	63-541-XPB	Enquête sur les marchandises vendues au détail, <i>hors série, bilingue.</i>
Interprovincial Wholesale Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	63-542-XPB	Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros, <i>hors série, bilingue.</i>

To order a publication, you may telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1-800-267-6677 (Canada and United States) toll free. If you order by telephone, written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet: order@statcan.ca. Vous pouvez aussi appeler sans frais (Canada et États-Unis) au 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada published a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue no. 11-204-XPE, price Canada: \$15.00, United States: US\$18.00, and Other Countries: US\$21.00.

N° 11-204-XPB au catalogue, prix Canada: 15 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Annual review - Wholesale Trade

Canadian wholesalers had an excellent year in 1994, with operating income up 11.7% from 1993. This was comparable to the 12.6% increase reported by manufacturers and significantly higher than the 6.8% recorded by retailers. Strong demand for raw materials and Canadian-manufactured goods on foreign markets was responsible for much of the increased wholesale activity. Devaluation of the Canadian dollar (from a maximum of 76.28 cents US in January to a minimum of 71.05 cents in December) also made Canadian goods more attractive on international markets, particularly in the U.S.. Since wholesalers are responsible for approximately 20% of our exports, marked increases were observed in the product groups offered on international markets.

Review by sector

Wholesalers of metals, hardware and plumbing and heating equipment and supplies recorded a 24.4% increase in sales in 1994. With the continued economic recovery worldwide, the demand for base metals remained good and prices moved upward. The overall raw materials price index rose 7.5% in 1994, the largest increase since 1982, mainly due to the sharp rise in prices for metals (+27%). Good performance in the construction industry meant that sales of hardware, plumbing and heating equipment and supplies also contributed to the increase.

Major sales of industrial equipment resulted in a 15.9% increase over 1993 for wholesalers of other machinery, equipment and supplies. As in 1993, Canadian companies that purchase this material continued to invest heavily in modernizing their production capacity. The strong growth in sales of computers and software in 1993 also continued in 1994, contributing to the rise in sales for this group.

Sales by wholesalers of motor vehicles, parts and accessories were 14.4% higher than in 1993. Sales of motor vehicles by dealers were up 14.3% due to the first increase in new vehicle sales in six years and to higher prices. These factors led to an increase in demand by wholesalers. Strong demand on the U.S. market also contributed to sales by wholesalers of motor vehicles, since much of the Canadian production is exported to the U.S..

Wholesalers of other products reported a 10.5% increase in sales over 1993. This trade group includes such sectors as wholesalers of paper and paper products and

Revue annuelle - Commerce de gros

L'année 1994 a été une année faste pour les grossistes canadiens alors qu'ils ont enregistré une croissance de 11.7% de leurs revenus d'exploitation par rapport à 1993. Cette hausse se compare avec celle de 12.6% rapportée par les manufacturiers et elle est significativement plus élevée que celle de 6.8% enregistrée par les détaillants. La forte demande, sur les marchés extérieurs, pour les matières premières ainsi que pour les biens manufacturés au Canada ont grandement contribué à la croissance de l'activité des grossistes. La dévaluation de notre devise (d'un maximum de 76.28 cent US en janvier à un minimum de 71.05 cent en décembre) a également rendu les biens canadiens plus attrayants sur les marchés internationaux, spécialement aux États-Unis. Puisque les grossistes assurent environ 20% des exportations, des hausses marquées furent observées dans les groupes de biens vendus sur les marchés internationaux.

Revue par secteur

Les grossistes de métaux, articles de quincaillerie et matériel de plomberie et de chauffage ont accru leurs ventes de 24.4% en 1994. Avec la poursuite de la reprise économique dans le monde, la demande pour les métaux de base a été soutenue et les prix ont été à la hausse. L'indice total des prix des matières brutes a progressé de 7.5% en 1994, la plus forte augmentation depuis 1982, et elle était surtout attribuable à la flambée du prix des métaux (+27%). Les ventes d'articles de quincaillerie, de matériel de plomberie et de chauffage ont contribué à la hausse en raison de la bonne performance du secteur de la construction.

Des ventes importantes d'équipement industriel ont conduit à une hausse de 15.9% par rapport à 1993 pour les grossistes d'autres machines, équipement et fournitures. Tout comme 1993, les entreprises canadiennes qui achètent ces biens, ont continué à investir massivement dans la modernisation de leur capacité de production. De plus, la forte croissance des ventes d'ordinateurs et de logiciels de 1993, s'est poursuivie en 1994, contribuant à la hausse des ventes de ce groupe.

Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ont augmenté leurs ventes de 14.4% comparativement à 1993. Les ventes de véhicules automobiles chez les concessionnaires ont augmenté de 14.3%, en raison d'une première hausse en six ans des ventes de véhicules neufs et de prix plus élevés. Ces facteurs ont créé une augmentation de la demande chez les grossistes. La forte demande sur le marché américain a également alimentée les ventes des grossistes de véhicules automobiles car une grande partie de la production canadienne est exportée vers nos voisins du sud.

Les grossistes de produits divers ont affiché une hausse de 10.5% de leurs ventes par rapport à 1993. Ce groupe de commerce rassemble, entre autres, les grossistes de papier et de produits du

agricultural chemicals. Sales of these goods skyrocketed, on both the domestic and foreign markets, pushing prices to unprecedented heights.

Provincial review

While growth in wholesale trade in 1993 was mainly concentrated in western provinces, in 1994 it was more uniformly spread across the country. Growth rates increased in Ontario and Quebec in 1994, with sales up 10.4% in Ontario and 9.5% in Quebec.

As opposed to 1993, Ontario reported a growth rate closer to the Canadian average of 11.7%. The trade groups with the best performance in 1994 were concentrated in that province. Wholesalers of motor vehicles had one of the best years since the decade began. Wholesalers of computers and software also benefited from the boom in the high-technology sector.

Quebec wholesalers were penalized by their greater dependence on the Canadian market. The province has a greater concentration of the wholesale trade in apparel and furniture. Even though some of these goods were exported, they were nevertheless mainly destined for the domestic market. Throughout 1994, sales by these wholesalers decreased or progressed more slowly than average. High unemployment rates and high levels of consumer debt slowed the advance in sales by Quebec wholesalers.

In western Canada, growth continued and even accelerated. Except in British Columbia, where sales by wholesalers progressed somewhat more slowly than in 1993, all the other western provinces reported better performance in 1994. This part of the country has the largest concentration of wholesalers exporting to foreign countries, mainly to the U.S.. Sales of bulk grains (particularly canola), lumber, natural gas, oil, pulp and paper and potash stimulated growth by western wholesalers. Even though growth slowed marginally in 1994, sales by British Columbia wholesalers nevertheless increased by 11.0% due to the influx of new consumers and a very buoyant economy.

After the downturn in 1993, sales by Prince Edward Island and New Brunswick wholesalers increased 14.6% and 4.9% respectively. Sales by Nova Scotia wholesalers were down 3.0% while Newfoundland wholesalers increased 11.5%. In 1994, Wholesalers of the Maritime provinces emerged from the recession of the early 1990s with contributions by most trade groups stimulated by the Hibernia Project and the proposed construction of a fixed link between Prince Edward Island and the mainland. The performance of food wholesalers was only diminished

papier, ainsi que de produits chimiques pour l'agriculture. Les ventes de ces biens ont augmenté de façon fulgurante autant sur les marchés domestique qu'extérieur, ce qui a poussé leurs prix à des sommets encore inégalés.

Revue par province

Tandis qu'en 1993 la croissance du commerce de gros était surtout concentrée dans les provinces de l'ouest, en 1994, elle a été plus uniformément répartie à travers le pays. Les provinces de l'Ontario et du Québec ont accru leur rythme de croissance en 1994. Les ventes ont progressé au rythme de 10.4% en Ontario et de 9.5% au Québec.

Contrairement à 1993, l'Ontario a cru à un rythme presque aussi rapide que la moyenne canadienne de 11.7%. Les groupes de commerce qui ont connu les meilleures performances en 1994 sont davantage concentrés dans cette province. Ainsi les grossistes de véhicules automobiles ont profité d'une de leurs meilleures années depuis le début de la décennie. Les grossistes d'ordinateurs et logiciels ont également bénéficié du boom dans le secteur de la haute technologie.

Les grossistes du Québec ont souffert de leur plus grande dépendance envers le marché canadien. On trouve une plus grande concentration du commerce de gros des vêtements et des meubles dans cette province. Même si une partie de ces biens sont exportés, il n'en demeure pas moins qu'ils sont surtout destinés au marché domestique. Tout au long de 1994, les ventes de ces grossistes ont diminué ou progressé plus lentement que la moyenne. Le taux de chômage élevé et le niveau d'endettement élevé des consommateurs ont ralenti la progression des ventes des grossistes du Québec.

Dans l'ouest du pays, il y a non seulement eu prolongation de la croissance mais accélération de celle-ci. Sauf en Colombie-Britannique, où les ventes des grossistes ont progressé à un rythme légèrement plus lent qu'en 1993, toutes les autres provinces de l'ouest ont connu une meilleure performance qu'en 1994. Dans cette partie du pays on retrouve une grande concentration de grossistes qui exporte vers les pays étrangers et surtout vers les États-Unis. Les ventes en gros de céréales (surtout de canola), de bois d'oeuvre, de gaz naturel, de pétrole, de pâtes et papier et de potasse ont stimulé la croissance des grossistes de cette partie du pays. Même si le rythme de croissance a légèrement ralenti en 1994, les ventes des grossistes de la Colombie-Britannique ont tout de même augmenté de 11.0%, grâce à l'afflux de nouveaux consommateurs et à une économie très dynamique.

Après avoir connu des baisses en 1993, les ventes des grossistes de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick ont augmenté de 14.6% et 4.9% respectivement. Celles des grossistes de la Nouvelle-Écosse diminuaient de 3.0% tandis que les grossistes de Terre-Neuve augmentaient leur progression de 11.5%. En 1994, les grossistes des provinces maritimes ont émergé de la récession du début des années 90 grâce à une contribution de la plupart des groupes de commerce stimulés par les projets Hibernia et la construction d'un pont entre l'Île-du-Prince-Édouard et le continent. Seul le secteur des pêches qui

by the fisheries sector, which continued to be affected by the disappearance of certain fish stocks.

Financial profile

Wholesalers' gross margin (the difference between revenues and purchases adjusted for change in inventory, but excluding salaries and wages) was 21.2% in 1994. This was a slight increase from the 21.1% reported in 1993. Wholesalers of industrial machinery, equipment and supplies reported the highest gross margins with 30.3%, followed by wholesalers of apparel and dry goods (28.3%) and wholesalers of computers and software with 27.4%. The lowest margins were recorded by wholesalers of grains (13.7%), food products (14.2%) and petroleum products (17.8%).

Net margin for wholesalers (gross margin minus salaries and wages) was 5.5% in 1994, down slightly from 1993. Wholesalers of computers and software, which had one of the highest gross margins, generated one of the lowest net margins, at 2.2%. These results were due to the high labour intensity linked to distribution of these products (along with maintenance in several cases). Among other groups reporting low net margins were wholesalers of motor vehicles (2.5%) and food products (3.1%). These wholesalers distribute consumer goods that account for a major share of Canadian consumers' limited budgets.

Wholesalers of petroleum products and grains, on the other hand, which reported among the lowest gross margins, had substantial net margins of 8.4% and 7.2% respectively. These are bulk distribution activities handling large quantities with very little labour.

In 1994, the ratio of sales to stocks was 8.6, meaning that wholesalers had to replace their stocks 8.6 times during the year to meet the demand. As might have been expected, the highest ratios of sales to stocks were reported by wholesalers of food products (17.3), petroleum products (15.9) and computers and software (11.2). The lowest ratios were reported by wholesalers of farm machinery, equipment and supplies (3.9), apparel and dry goods (5.1) and household goods (5.4).

Other Aspects

Job creation among wholesalers was another outstanding aspect of 1994. Some 13,300 new jobs were created, an increase of 2.2% over 1993. The new jobs were mainly added by wholesalers of machinery, equipment and supplies, wholesalers of metals, hardware, plumbing and heating products and wholesalers of building materials. Sustained activity in the wholesale trade sector led to a 2.5% increase in weekly earnings in this sector, compared

continue de souffrir de la disparition de certains stocks de poissons est venu atténué la performance des grossistes en produits alimentaires.

Profil financier

Les grossistes ont affiché une marge brute (la différence entre les revenus et les achats ajustés pour la variation des stocks mais sans les salaires et traitements) de 21.2% en 1994. Il s'agit d'une légère augmentation par rapport à 21.1% en 1993. Ce sont les grossistes de machines, équipement et fournitures industriels qui ont affiché la marge brute la plus élevée avec 30.3% suivi des grossistes de vêtements et articles de mercerie (28.3%) et des grossistes d'ordinateurs et de logiciels avec 27.4%. Les plus faibles marges ont été enregistrées par les grossistes en céréales (13.7%), par les grossistes de produits alimentaires (14.2%) et par les grossistes de produits pétroliers (17.8%).

Les grossistes ont affiché une marge nette (la marge brute moins les salaires et traitements) de 5.5% en 1994, légèrement en baisse par rapport à 1993. Les grossistes d'ordinateurs et de logiciels qui ont affiché une des marges brutes les plus élevées ont par contre généré une des plus faibles marges nettes, soit 2.2%. La forte intensité de main-d'œuvre liée à la distribution de ces produits (ainsi que l'entretien dans plusieurs cas) explique ces résultats. Parmi les autres groupes qui ont signalé les marges nettes les plus faibles, mentionnons les grossistes de véhicules automobiles (2.5%) et les grossistes de produits alimentaires (3.1%). Ces grossistes distribuent des biens de consommation qui accaparent une part importante du budget limité des consommateurs canadiens.

À l'opposé, les grossistes de produits pétroliers et de céréales qui affichent parmi les plus faibles marges brutes, ont généré des marges nettes substantielles: 8.4% et 7.2% respectivement. Ce sont des activités de distribution de produits en vrac qui ne nécessitent que peu de main-d'œuvre pour la manutention de grandes quantités.

En 1994, le ratio des ventes aux stocks était de 8.6, c'est-à-dire que les grossistes ont dû renouveler leurs stocks 8.6 fois durant l'année afin d'approvisionner leurs clients. Comme on peut l'imaginer, les ratios des ventes aux stocks les plus élevés ont été rapportés par les grossistes de produits alimentaires (17.3), les grossistes de produits pétroliers (15.9) et par les grossistes d'ordinateurs et de logiciels (11.2). Les ratios les plus faibles ont été rapportés par les grossistes de machines, équipements et fournitures agricoles (3.9), les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (5.1) et les grossistes d'articles ménagers (5.4).

Autres aspects

L'année 1994 s'est révélée excellente pour la création d'emplois chez les grossistes. En effet, ceux-ci ont créé 13,300 nouveaux emplois, soit une hausse de 2.2% par rapport à 1993. Cette hausse a touché surtout les grossistes de machines, matériel et fournitures, les grossistes de métaux, produits de quincaillerie, chauffage et les grossistes de matériaux de construction. L'activité soutenue dans le secteur du commerce de gros a provoqué un accroissement de la rémunération hebdomadaire de 2.5% dans ce

to 1.9% for the economy as a whole. The greatest increases in earnings were recorded by drug and tobacco wholesalers and apparel and dry goods wholesalers.

In 1994, Canadian businesses made the greatest gains in productivity in the past ten years. The main contribution to this growth in productivity was by manufacturers, wholesalers and retailers.

** Gilles Simard is an analyst for the Wholesale Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613)951-3541).*

secteur, comparativement à 1.9% pour l'ensemble de l'économie. Les plus fortes augmentations de la rémunération ont été enregistrées chez les grossistes de médicaments et tabac et les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie.

En 1994, les entreprises canadiennes ont connu leurs meilleurs gains de productivité des dix dernières années. Ce sont les manufacturiers et les commerçants de gros et de détail qui ont le plus contribué à cette croissance de la productivité.

** Gilles Simard est un analyste de la section du Commerce de gros de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613)951-3541).*

Annual Review - Retail Trade

In 1994, retailers in Canada substantially increased their revenue for a second consecutive year. Retailers' revenue rose 6.8% to \$208.9 billion even though the Consumer Price Index remained relatively stable. The previous year, consumers spent 5.7% more in the retail outlets.

The strong performance in 1994 is primarily attributable to higher sales by the automotive sector, specifically by motor vehicle and recreational vehicle dealers. In fact, these retailers recorded the strongest increase (+16.1%) among all trade groups. Their strong growth is explained by an increase in the number of new motor vehicles sold for the first time in six years and a rise in vehicle prices. The two other components of the automotive sector recorded mixed results; service-stations had lower revenues (-1.9%) but higher revenues by automotive parts, accessories and services stores (+7.0%) offset this loss.

Revue annuelle - Commerce de détail

Pour une deuxième année consécutive, les détaillants canadiens ont connu une bonne croissance de leurs recettes, augmentant de 6.8% en 1994 et ce malgré des prix à la consommation relativement stables. En 1994, les recettes des magasins de détail se chiffrent à \$208.9 milliards. L'année passée, les consommateurs ont dépensé 5.7% de plus dans les magasins au détail au Canada.

La bonne performance de 1994 est principalement due à des revenus plus élevés du groupe majeur de l'automobile, plus particulièrement des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs qui ont connu une année particulièrement fructueuse; leurs recettes ont augmenté de 16.1% et cette croissance est la plus élevée parmi le groupe de l'automobile et tous les groupes de commerce. Cette croissance est expliquée par un nombre plus élevé des véhicules automobiles neufs et des prix aussi plus élevés. Les autres composantes du groupe de l'automobile ont des résultats différents: les stations-service ont des revenus plus faibles (-1.9%) mais les magasins de pièces d'automobiles et d'accessoires pour véhicules automobiles et services (+7.0%) ont contrebalancé cette perte.

Text Table 1
Tableau explicatif 1

Most major groups saw their revenues increase
La plupart des groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter

Major group Groupe majeur	1993 millions of dollars - millions de dollars	1994	% Change Chg en %
Food - Alimentation	51,228.8	54,340.7	6.1
Drugs - Médicaments	12,059.7	11,988.4	-0.6
Clothing - Vêtements	11,722.6	12,137.9	3.5
Furniture - Meubles	10,751.4	10,969.5	2.0
Automotive - Automobiles	66,661.6	73,757.1	10.6
General Merchandise- Marchandises diverses	20,867.7	21,394.5	2.5
Other - Autres	22,315.7	24,267.8	8.7
Total All Groups - Total tous les groupes	195,607.5	208,855.9	6.8

Food retailers also contributed to the overall growth with higher sales by supermarkets and grocery stores (+5.7%) and other food stores (+10.6%).

Les ventes des magasins d'alimentation ont aussi contribué à la croissance de 1994; les supermarchés d'alimentation et les autres magasins d'aliments ont connu des hausses respectives de 5.7% et 10.6%.

Drug and patent medicine stores is the sole major group that had lower sales in 1994, with a 0.6% decline in 1994. This decrease may be partly due to the increasing competition from other retailers who sell similar merchandise such as food stores and general merchandise stores.

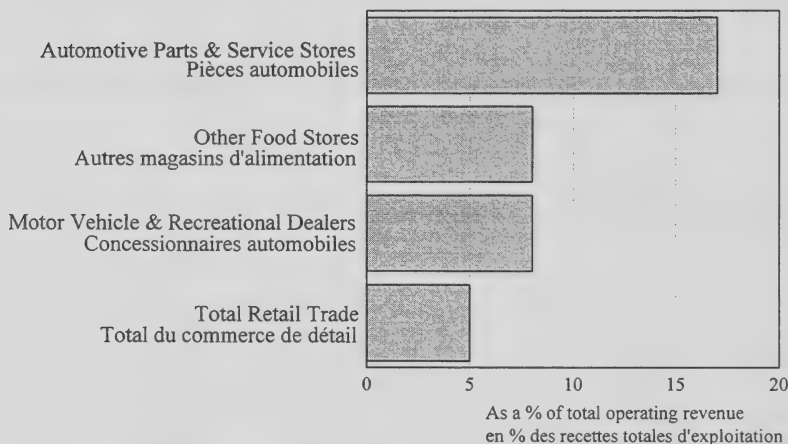
Retailers earn most of their revenue from the sale of goods purchased for resale; overall, this activity represents more than 90% of their revenue. However, automotive parts, accessories and services stores generated almost 17% of their revenue from other sources, such as labour receipts from the installation and the repair of goods. All other trade groups had less than 10% of their revenues coming from other sources.

Les pharmacies représentent le seul groupe majeur qui a vu ses recettes baisser légèrement (-0.6%) en 1994. Cette baisse peut être en partie expliquée par le début de la compétition par d'autres groupes de commerce tels que les magasins d'alimentation et les magasins de marchandises diverses qui vendent des marchandises similaires.

La principale source de revenus pour les détaillants canadiens est la vente de biens achetés pour la revente; cette activité représente plus de 90% de leurs revenus. Toutefois les magasins de pièces et d'accessoires pour automobile ont généré près de 17% de leurs revenus d'autres sources, principalement des recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens. Tous les autres groupes de commerce obtiennent moins de 10% de leurs revenus d'autres sources.

Chart 1
Graphique 1

Other Operating Revenue, Retail Trade, Canada, 1994
Autres recettes d'exploitation, Commerce de détail, Canada, 1994



Independent stores account for over 60% of retail operating revenues in Canada. Independents generate more than 90% of the revenue of motor vehicle and recreational vehicle dealers and automotive parts, accessories and services. However, if the automotive sector is excluded, chain stores (excluding franchises) account for over 50% of retail trade revenues. Chain stores hold a dominant market share in general merchandise, shoe and clothing stores.

Les magasins indépendants comptent pour plus de 60% des ventes au détail au Canada. Ils représentent plus de 90% des recettes des concessionnaires de véhicules automobiles et des magasins de pièces et d'accessoires pour automobile. Toutefois, si le secteur de l'automobile est exclu, les magasins à succursales (en excluant les franchises) comptent pour plus de 50% des ventes au détail. Les magasins à succursales dominent la part de marché dans les magasins de marchandises diverses, de chaussures et de vêtements.

Chart 2 Graphique 2

Chain Stores Do Not Dominate All Sectors Les magasins à succursales ne dominent pas tous les secteurs



Higher sales in all regions

Retailers' revenues in all provinces and territories grew. Retailers in Northwest Territories, Saskatchewan and British Columbia had the highest revenue gains (+14.2%, +10.8% and +8.9%). They also recorded the strongest growth in 1993.

Retailers in the Maritimes had higher sales than last year but their rate of growth is below the national average, varying from 0.5% in New Brunswick to 2.9% in Newfoundland.

Retailers in central Canada had growth similar to the national rate.

Des recettes plus élevées dans toutes les provinces

Les détaillants ont connu des hausses de leurs recettes dans toutes les provinces. Plus particulièrement, les détaillants des Territoires du Nord-Ouest, de la Saskatchewan et de la Colombie-Britannique ont eu les plus fortes croissances de leurs ventes (+14.2%, +10.8% et +8.9%). Ces provinces avaient aussi encaissé la plus forte croissance en 1993.

Les provinces maritimes ont enregistré des revenus plus élevés que l'année dernière mais bien en deçà de la moyenne nationale, variant de 0.5% au Nouveau-Brunswick à 2.9% à Terre-Neuve.

Les détaillants des provinces centrales ont quant à eux augmenté leurs recettes à un taux similaire à celui du Canada.

Text Table 2
Tableau explicatif 2

Retail Trade - Total Operating Revenue by Province or Territory
Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par province ou territoire

	Retail Trade	
	Commerce de détail	
	Market Prices 1994 Prix du marché 1994	Change 93/94 Variation 93/94
	millions of dollars - millions de dollars	%
Nfld. - T.-N.	3,456.5	2.9
P.E.I. - Î.-P.-É.	879.4	2.2
N.S. - N.-É.	6,421.7	1.0
N.B. - N.-B.	4,989.4	0.5
Que. -Qué.	50,957.6	6.3
Ont.	76,793.3	7.5
Man.	7,139.1	6.4
Sask.	6,507.1	10.8
Alta. - Alb.	21,683.4	5.5
B.C. - C.-B.	29,308.0	8.9
Yuk.	233.2	9.7
N.W.T. - T.-N.-O.	487.1	14.2

Gross margins differ among trade group

Overall, retailers recorded a gross margin of 27.3% in 1994 as a percentage of total operating revenue. This is very similar to last year's value (27.4%). Shoe and clothing stores had the highest gross margins, greater than 42%. Automotive parts, accessories and services also recorded a margin greater than 40%. In contrast, motor and recreational vehicle dealers, service-stations and supermarkets and grocery stores had the lowest gross margins, 17.8%, 21.7% and 22.0% respectively.

Retailers with the highest gross margins (such as clothing and automotive parts, accessories and services stores) tend to also have the highest expenses for employee earnings and benefits. These expenses accounted for about 12% of retailers' revenues in 1994. Employee earnings and benefits are highest relative to revenues in the auto parts and accessories trade group (20.3%). Clothing and shoe retailers spend more than 16.4% of their revenues in salaries and benefits. Retailers in British Columbia had the highest ratio of employee earnings and benefits to operating revenue, followed by Yukon and Ontario retailers.

Les marges brutes diffèrent parmi les groupes de commerce

Pour l'ensemble du commerce de détail, les magasins ont enregistré une marge brute de 27.3% en pourcentage des recettes d'exploitation en 1994. Cette marge brute est très similaire à celle de 1993 (27.4%). Les détaillants de chaussures et de vêtements connaissent les marges les plus élevées soit plus de 42%. Les magasins de pièces, d'accessoires automobiles et services déclarent aussi une marge supérieure à 40%. Par opposition, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, les stations-services et les supermarchés d'alimentation et épicerie enregistrent les plus faibles marges, 17.8%, 21.7% et 22.0% respectivement.

Les détaillants qui ont les marges brutes les plus élevées (tels les détaillants de vêtements, de pièces, d'accessoires automobiles et services) ont aussi les dépenses les plus élevées relativement à leurs revenus quant aux salaires et aux traitements. Pour l'ensemble des détaillants, la proportion des salaires et des traitements par rapport aux recettes d'exploitation se situe à près de 12%. Les détaillants de pièces et d'accessoires pour automobiles et services sont les magasins qui ont cette proportion la plus élevée, soit de 20.3%. Les magasins de vêtements et de chaussures dépensent plus de 16.4% de leurs recettes en salaires et traitements. C'est en Colombie-Britannique où les salaires et traitements représentent la plus grande part des dépenses des détaillants, suivi par les détaillants du Yukon et de l'Ontario.

Retail trade represented 12.7% of total payroll employment in 1994, with average weekly earnings of \$339.22. The lower weekly earnings are mainly due to the abundance of part-time employment which represented 32.6% of the total employment in Retail Trade.

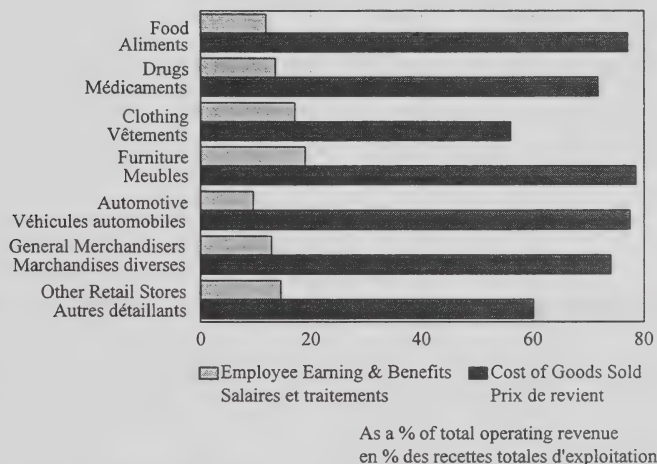
In comparison, Wholesale Trade was characterized by only 8.5% part-time employment, and weekly earnings of \$605.56, reflecting a higher-skilled work force and new job creation in 1994 in several industries of high-value commodities.

Le commerce de détail représentait 12.7% de l'emploi total rémunéré en 1994, et les salaires hebdomadaires moyens étaient de \$339.22. Ce niveau de salaire peu élevé est principalement dû à la forte proportion d'employés à temps partiel (32.6% de l'emploi total du commerce de détail).

Cependant, les employés à temps partiel des grossistes représentaient 8.5% de l'emploi total rémunéré de ce secteur. Le salaire hebdomadaire moyen était de \$605.56, ce qui reflète une main-d'œuvre plus qualifiée et une création de nouveaux emplois en 1994 dans quelques industries de marchandises à valeur élevée.

**Chart 3
Graphique 3**

**Retailers' Expenses, Canada, 1994
Coûts des détaillants, Canada, 1994**



Profitability varies among sectors

Canadian retailers reported a 5.0% profit margin in 1994, almost doubling the 1993 value of 2.8%. Retailers in all trade groups, except department stores, had positive profit margins. In 1993, supermarkets and grocery stores and department stores operated at a loss. Excluding other retail stores, the most profitable trade groups, in terms of percent, were service-stations (7.8%) and shoe stores (7.1%) in 1994.

La rentabilité varie selon le secteur

Les détaillants canadiens ont déclaré une marge de profit de 5.0% en 1994 alors qu'elle était de 2.8% en 1993. Tous les groupes de commerce sauf les grands magasins, ont connu des marges de profit positives alors qu'en 1993, les supermarchés d'alimentations et épicerie y avaient encouru des pertes de même que les grands magasins. Les groupes de commerce les plus profitables, en terme de pourcentage, (exception faite des autres détaillants), sont les stations-service (7.8%) et les magasins de chaussures (7.1%).

Gasoline service stations and supermarkets and grocery stores all turned over their inventory more than 15 times a year.

Overall, there are 174,000 stores in Canada. Automotive parts, accessories and services stores and supermarkets and grocery stores are the only trade groups that have more than 20,000 retail outlets. Ontario had the highest number of retail locations, more than 58,000, followed by Quebec with almost 49,000.

Les stations-service et les supermarchés d'alimentation et épiceries ont des roulements d'inventaires supérieurs à 15 fois par année.

Le commerce de détail compte 174,000 magasins au Canada. Les magasins de pièces, d'accessoires pour véhicules automobiles et services et les supermarchés d'alimentation et épiceries sont les seuls groupes de commerce avec plus de 20,000 emplacements au Canada. L'Ontario est la province qui a le plus grand nombre de magasins, plus de 58,000, suivie de près par le Québec (près de 49,000).

** Sonia Demers is an analyst for the Retail Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613)951-3551).*

** Sonia Demers est une analyste de la section du Commerce de détail de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613)951-3551).*

Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1984-1994
Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1984-1994

Year Année	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars) Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars courants)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures ¹ (in millions of current dollars) Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations ¹ (en millions de dollars courants)	Total Canadian Exports ² (in millions of current dollars) Exportations ² totales du Canada (en millions de dollars courants)	Wholesale Trade % Share of Total Exports Part en % du commerce de gros des exportations totales	Wholesale Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars) Contribution du commerce de gros au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Wholesale Trade as a % of GDP Commerce de gros en % du PIB	Employment in Wholesale Trade ⁴ at Dec 31/94 Emploi dans le commerce de gros ⁴ le 31 Déc/94
1984	170,333	1,030	112,383	12.7	19,358	4.6	530,154
1985	183,560	1,032	119,474	11.6	21,766	5.0	542,001
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,312	5.2	545,907
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,132	5.3	571,125
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	26,972	5.5	591,279
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	28,111	5.6	619,542
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	28,435	5.6	637,828
1991	232,412	2,339	146,006	10.7	27,692	5.6	613,162
1992	237,468	2,752	162,823	10.9	27,985	5.6	601,621
1993	253,956 ⁵	2,583	187,515	11.3	29,510	5.8	594,739
1994	282,438	2,570	225,862	10.9	32,232	6.1	607,608

¹ Source: *Private and Public Investment in Canada (61-206)*.

² Source: *Summary of Canadian International Trade (65-202)*.

³ Source: *Gross Domestic Product by Industry (15-001)*.

⁴ Source: *Employment, Earnings and Hours (72-002)*.

⁵ Since 1993, data are not comparable to previous years.

¹ Source: *Investissements publics et privé au Canada (61-206)*.

² Source: *Sommaire du commerce international du Canada (65-202)*.

³ Source: *Produit intérieur brut par industrie (15-001)*.

⁴ Source: *Emploi, gains et durée du travail (72-002)*.

⁵ Depuis 1993, les données ne sont pas comparable aux années précédentes.

Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1984-1994
Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1984-1994

Year Année	Population of Canada ¹ (in thousands) Population du Canada ¹ (en milliers)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars) Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars courants)	Consumer Expenditures ² (in millions of current dollars) Dépenses des consommateurs ² (en millions de dollars courants)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Retail Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars) Contribution du commerce de détail au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Retail Trade as a % of GDP Commerce de détail en % du PIB	Employment in Retail Trade ⁴ at Dec 31/94 Emploi dans le commerce de détail ⁴ le 31 Déc/94
1984	25,702	126,751	251,645	50.4	25,983	6.2	1,283,345
1985	25,942	141,346	274,100	51.6	27,375	6.2	1,285,004
1986	26,204	152,880	297,478	51.4	28,269	6.3	1,380,592
1987	26,550	167,939	322,769	51.8	29,929	6.3	1,408,588
1988	26,895	180,545	349,937	51.6	30,855	6.3	1,440,597
1989	27,379	188,160	378,933	49.7	31,613	6.3	1,509,944
1990	27,791	192,555	399,315	48.2	30,895	6.1	1,532,020
1991	28,120	181,209	411,960	44.0	29,292	5.9	1,412,591
1992	28,542	185,049	422,515	43.8	29,643	6.0	1,367,780
1993	28,947	195,608	436,542	44.8	30,469	6.0	1,383,860
1994	29,256	208,856	452,444	46.2	32,029	6.0	1,407,055

¹ Source: *Quarterly Demographic Statistics (91-002)*.

² Source: *National Income and Expenditure Accounts (13-201)*.

³ Source: *Gross Domestic Product by Industry (15-001)*.

⁴ Source: *Employment, Earnings and Hours (72-002)*.

¹ Source: *Statistiques démographiques trimestrielles (91-002)*.

² Source: *Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201)*.

³ Source: *Produit intérieur brut par industrie (15-001)*.

⁴ Source: *Emploi, gains et durée du travail (72-002)*.

Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1994**Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1994**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food Products - Produits alimentaires	43,361	15.35
Beverage, Drug and Tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	15,778	5.59
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,360	1.90
Household Goods - Articles ménagers	7,666	2.71
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	25,598	9.06
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,512	6.55
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,289	7.89
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,972	2.11
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	35,077	12.42
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	18,758	6.64
Other Products - Produits divers	38,315	13.57
Grain - Céréales	12,931	4.58
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,822	11.62
All Groups - Tous les groupes	282,438	100.00

Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1994**Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1994**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	50,519	23.90	22,215
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,822	1.82	9,203
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	11,988	5.85	6,364
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,755	0.83	3,638
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,648	0.78	2,820
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,985	1.88	9,736
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,750	2.25	8,184
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,595	4.04	10,177
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,374	1.13	4,110
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	47,477	22.93	7,837
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,181	6.76	15,859
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	5.75	22,965
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	21,395	10.60	6,492
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,414	3.49	17,281
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,824	2.74	11,666
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,030	5.26	15,573
All Stores - Total, ensemble des magasins	208,856	100.00	174,121

Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1994
Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	265,971	94.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	1,211	0.43
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	7,551	2.67
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	4,800	1.70
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2,905	1.03
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	16,467	5.83
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	282,438	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	222,439	78.76
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	31,834	11.27
Add: Purchases - Plus: Achats	224,636	79.53
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	33,829	11.98
Gross Margin - Marge brute	59,999	21.24
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	23,449	8.30
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	21,019	7.44
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	266,907	94.50
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	15,531	5.50

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	935	2,810	2,163	646	226
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	346	737	572	165	63
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,951	5,884	4,490	1,395	493
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,299	4,131	3,206	925	327
Quebec - Québec	12,773	59,751	47,136	12,615	5,165
Ontario	19,117	108,825	85,034	23,790	10,107
Manitoba	2,224	15,158	12,762	2,395	709
Saskatchewan	2,812	10,854	8,231	2,622	800
Alberta	6,981	34,891	27,497	7,395	2,358
British Columbia - Colombie-Britannique	7,499	38,995	31,080	7,915	3,156
Yukon Territory - Territoire du Yukon	119	148	101	48	20
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	170	255	167	89	25
Total Canada	56,226	282,438	222,439	59,999	23,449

Table 3.2. Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1994

Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	41,942	96.73
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	142	0.33
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	806	1.86
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	40	0.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	431	0.99
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,419	3.27
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	43,361	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	37,215	85.83
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,424	5.59
Add: Purchases - Plus: Achats	37,389	86.23
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,598	5.99
Gross Margin - Marge brute	6,146	14.17
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,547	5.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	2,240	5.17
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	42,002	96.86
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,360	3.14

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	133	957	831	126	53
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	54	274	236	38	18
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	299	1,736	1,422	314	115
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	104	811	697	114	43
Quebec - Québec	1,150	12,308	10,949	1,359	585
Ontario	1,121	14,897	12,452	2,445	975
Manitoba	153	1,546	1,373	174	85
Saskatchewan	118	1,304	1,160	144	83
Alberta	244	3,782	3,303	479	222
British Columbia - Colombie-Britannique	580	5,729	4,778	951	368
Yukon Territory - Territoire du Yukon	5	14	12	2	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	4	3	1	--
Total Canada	3,975	43,361	37,215	6,146	2,547

Table 3.3. Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1994
Tableau 3.3. Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	14,758	93.54
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	98	0.62
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	797	5.05
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2	0.01
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	123	0.78
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,019	6.46
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	15,778	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	11,748	74.46
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,312	8.31
Add: Purchases - Plus: Achats	11,815	74.88
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,378	8.74
Gross Margin - Marge brute	4,029	25.54
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,031	6.53
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,308	8.29
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	14,087	89.29
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,690	10.71

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	48	286	235	51	15
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	9	230	167	63	13
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	24	237	209	29	9
Quebec - Québec	261	4,166	3,332	834	271
Ontario	407	5,457	3,974	1,483	475
Manitoba	62	571	413	158	24
Saskatchewan	40	431	349	82	19
Alberta	59	2,186	1,509	678	64
British Columbia - Colombie-Britannique	142	2,152	1,525	627	136
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	6	41	27	14	3
Total Canada	1,062	15,778	11,748	4,029	1,031

Table 3.4. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1994
Tableau 3.4. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,155	96.18
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	22	0.41
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	175	3.27
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1	0.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	6	0.12
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	205	3.82
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	5,360	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,845	71.74
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,014	18.92
Add: Purchases - Plus: Achats	3,939	73.50
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,109	20.68
Gross Margin - Marge brute	1,515	28.26
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	482	9.00
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	645	12.04
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,972	92.78
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	387	7.22

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	833	2,495	1,814	680	233
Ontario	568	2,164	1,517	647	179
Manitoba	45	121	91	30	11
Saskatchewan	55	9	7	3	1
Alberta	119	100	68	32	12
British Columbia - Colombie-Britannique	247	396	287	109	41
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	2,076	5,360	3,845	1,515	482

Table 3.5. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1994
Tableau 3.5. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,053	92.00
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	7	0.09
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	461	6.02
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	122	1.59
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	23	0.30
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	613	8.00
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	7,666	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,747	74.97
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,392	18.16
Add: Purchases - Plus: Achats	5,809	75.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,454	18.97
Gross Margin - Marge brute	1,919	25.03
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	700	9.13
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	862	11.25
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,310	95.35
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	356	4.65

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	18	41	33	9	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	-	-	-	-	-
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	57	101	71	30	12
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	23	42	31	10	5
Quebec - Québec	332	1,966	1,470	496	153
Ontario	701	3,621	2,674	947	377
Manitoba	41	122	92	30	13
Saskatchewan	27	84	72	12	4
Alberta	180	684	531	153	56
British Columbia - Colombie-Britannique	297	998	767	230	77
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	1,683	7,666	5,747	1,919	700

Table 3.6. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1994
Tableau 3.6. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	24,462	95.56
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	13	0.05
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	329	1.28
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	758	2.96
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	36	0.14
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,136	4.44
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	25,598	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	21,002	82.05
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,336	13.03
Add: Purchases - Plus: Achats	21,286	83.15
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,620	14.14
Gross Margin - Marge brute	4,596	17.95
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,143	8.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,810	7.07
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	24,956	97.49
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	642	2.51

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	101	135	94	41	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	36	21	15	5	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	159	438	356	82	25
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	171	492	382	110	41
Quebec - Québec	1,014	5,096	4,065	1,031	360
Ontario	1,389	12,845	11,052	1,793	1,094
Manitoba	198	728	558	170	66
Saskatchewan	163	361	242	119	51
Alberta	687	2,251	1,670	581	234
British Columbia - Colombie-Britannique	708	3,221	2,563	658	248
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,635	25,598	21,002	4,596	2,143

Table 3.7. Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1994**Tableau 3.7. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1994****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	17,609	95.12
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	19	0.10
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	826	4.46
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	23	0.13
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	35	0.19
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	903	4.88
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,512	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,718	79.50
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,689	14.53
Add: Purchases - Plus: Achats	14,931	80.65
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,935	15.85
Gross Margin - Marge brute	3,794	20.50
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,716	9.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,202	6.49
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	17,635	95.26
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	877	4.74

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	36	88	66	22	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	9	6	4	2	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	70	294	236	59	25
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	98	212	157	55	20
Quebec - Québec	583	3,818	3,142	676	316
Ontario	1,449	8,523	6,629	1,894	820
Manitoba	111	450	371	79	49
Saskatchewan	110	470	274	195	86
Alberta	356	1,875	1,493	382	173
British Columbia - Colombie-Britannique	455	2,765	2,339	425	216
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	5	2	3	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	4	6	4	1	--
Total Canada	3,290	18,512	14,718	3,794	1,716

Table 3.8. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1994
Tableau 3.8. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	21,553	96.70
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	16	0.07
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	542	2.43
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	75	0.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	103	0.46
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	736	3.30
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	22,289	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	17,536	78.67
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,009	13.50
Add: Purchases - Plus: Achats	17,949	80.53
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,186	14.30
Gross Margin - Marge brute	4,753	21.33
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,012	9.03
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,574	7.06
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	21,122	94.76
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,168	5.24

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	121	283	217	66	25
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	30	58	45	13	7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	170	656	515	141	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	115	385	309	76	29
Quebec - Québec	1,091	4,514	3,555	959	486
Ontario	1,607	7,632	5,658	1,974	733
Manitoba	186	718	554	164	52
Saskatchewan	213	522	395	128	51
Alberta	626	2,205	1,778	427	191
British Columbia - Colombie-Britannique	627	5,256	4,453	803	374
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,805	22,289	17,536	4,753	2,012

Table 3.9. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1994
Tableau 3.9. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,704	95.52
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	23	0.38
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	14	0.23
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	207	3.46
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	24	0.40
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	268	4.48
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	5,972	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,761	79.72
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,379	23.09
Add: Purchases - Plus: Achats	5,034	84.29
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,652	27.65
Gross Margin - Marge brute	1,211	20.28
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	466	7.80
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	321	5.37
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,548	92.90
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	424	7.10

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	56	99	73	26	11
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	28	102	73	29	12
Quebec - Québec	423	797	617	179	69
Ontario	570	1,917	1,593	325	134
Manitoba	142	583	460	123	54
Saskatchewan	367	1,356	1,061	295	85
Alberta	268	758	600	158	75
British Columbia - Colombie-Britannique	71	296	232	64	21
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	1,955	5,972	4,761	1,211	466

Table 3.10. Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1994
Tableau 3.10. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	31,357	89.39
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	66	0.19
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,520	4.33
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,556	4.44
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	578	1.65
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,720	10.61
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	35,077	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	24,445	69.69
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,013	17.14
Add: Purchases - Plus: Achats	25,009	71.30
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	6,578	18.75
Gross Margin - Marge brute	10,633	30.31
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	4,893	13.95
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	3,269	9.32
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	32,606	92.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,472	7.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	220	375	249	126	49
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	80	71	48	23	12
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	443	749	527	222	112
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	199	552	390	163	72
Quebec - Québec	2,657	7,108	4,741	2,368	980
Ontario	5,050	14,093	10,015	4,078	1,985
Manitoba	401	852	584	269	117
Saskatchewan	377	799	561	238	103
Alberta	1,763	4,885	3,420	1,465	670
British Columbia - Colombie-Britannique	1,992	5,508	3,858	1,650	778
Yukon Territory - Territoire du Yukon	19	31	19	12	7
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	23	54	35	19	7
Total Canada	13,224	35,077	24,445	10,633	4,893

Table 3.11. Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1994

Tableau 3.11. Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	15,383	82.01
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	118	0.63
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	489	2.61
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,886	10.06
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	881	4.69
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,374	17.99
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,758	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	13,613	72.57
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,594	8.50
Add: Purchases - Plus: Achats	13,774	73.43
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,754	9.35
Gross Margin - Marge brute	5,145	27.43
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,902	15.47
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,830	9.75
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	18,345	97.80
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	413	2.20

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	34	40	28	13	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	10	16	8	7	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	152	155	113	42	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	81	95	60	35	17
Quebec - Québec	1,166	4,794	3,467	1,328	856
Ontario	1,969	10,413	7,725	2,688	1,542
Manitoba	152	245	169	76	42
Saskatchewan	64	131	96	35	22
Alberta	596	1,380	792	588	184
British Columbia - Colombie-Britannique	528	1,472	1,143	329	197
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	8	6	2	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	9	7	3	1
Total Canada	4,763	18,758	13,613	5,145	2,902

Table 3.12. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1994
Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	36,512	95.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	126	0.33
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,436	3.75
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	90	0.24
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	150	0.39
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,803	4.71
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	38,315	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	29,661	77.42
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,694	9.64
Add: Purchases - Plus: Achats	30,013	78.33
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,045	10.56
Gross Margin - Marge brute	8,653	22.58
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,201	8.35
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	3,401	8.88
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	36,263	94.65
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,051	5.35

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	106	111	78	32	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	49	36	13	5
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	258	391	287	105	43
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	210	283	179	104	23
Quebec - Québec	2,415	7,288	5,550	1,738	647
Ontario	3,439	15,928	12,499	3,429	1,448
Manitoba	427	1,537	1,223	314	93
Saskatchewan	871	2,537	1,797	740	94
Alberta	1,472	3,137	2,381	757	251
British Columbia - Colombie-Britannique	1,574	7,032	5,617	1,415	582
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	9	7	2	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	16	12	7	5	1
Total Canada	10,848	38,315	29,661	8,653	3,201

Table 3.13. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1994
Tableau 3.13. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	12,344	95.46
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	128	0.99
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	122	0.94
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	-	-
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	336	2.60
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	587	4.54
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	12,931	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	11,163	86.33
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,803	13.94
Add: Purchases - Plus: Achats	10,916	84.42
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,556	12.03
Gross Margin - Marge brute	1,767	13.67
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	394	3.04
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	446	3.45
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	12,003	92.82
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	928	7.18

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	-	-	-	-	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	20	431	397	34	13
Ontario	82	1,490	1,336	154	65
Manitoba	176	6,979	6,309	670	75
Saskatchewan	81	1,948	1,502	446	152
Alberta	56	1,077	852	225	58
British Columbia - Colombie-Britannique	18	979	746	233	29
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	437	12,931	11,163	1,767	394

Table 3.14. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1994
Tableau 3.14. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	32,138	97.92
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	433	1.32
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	33	0.10
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	40	0.12
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	179	0.54
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	684	2.08
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	32,822	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	26,984	82.21
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,174	6.62
Add: Purchases - Plus: Achats	26,773	81.57
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,964	5.98
Gross Margin - Marge brute	5,838	17.79
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	963	2.93
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	2,112	6.43
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	30,058	91.58
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,763	8.42

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	105	471	316	155	30
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	166	122	45	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	215	1,024	713	311	51
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	193	861	666	194	56
Quebec - Québec	827	4,969	4,037	932	195
Ontario	766	9,844	7,912	1,932	279
Manitoba	128	705	566	138	28
Saskatchewan	326	902	716	186	49
Alberta	554	10,570	9,100	1,470	168
British Columbia - Colombie-Britannique	258	3,190	2,771	419	88
Yukon Territory - Territoire du Yukon	13	30	22	8	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	32	89	42	47	6
Total Canada	3,465	32,822	26,984	5,838	963

Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1994

Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement	in millions of dollars	as % of total operating revenue
État de résultats	en millions de dollars	en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	123,231	59.00
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7,767	3.72
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	130,998	62.72
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	77,858	37.28
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	208,856	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	151,923	72.74
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	27,903	13.36
Add: Purchases - Plus: Achats	154,868	74.15
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	30,848	14.77
Gross Margin - Marge brute	56,933	27.26
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	25,247	12.09
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	21,149	10.13
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	198,319	94.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	10,537	5.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions	Number of Locations	Total Operating Revenue	Cost of Goods Sold	Gross Margin	Employee Earnings and Benefits
Régions	Nombre d'emplacements	Recettes d'exploitation totales	Prix de revient	Marge brute	Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	4,041	3,457	2,541	915	390
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	972	879	642	238	94
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	5,950	6,422	4,741	1,680	730
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	4,803	4,989	3,717	1,272	537
Quebec - Québec	48,915	50,958	37,664	13,293	5,956
Ontario	58,088	76,793	55,172	21,621	9,455
Manitoba	5,757	7,139	5,179	1,960	868
Saskatchewan	6,085	6,507	4,725	1,783	766
Alberta	15,992	21,683	15,848	5,835	2,601
British Columbia - Colombie-Britannique	22,988	29,308	21,203	8,105	3,762
Yukon Territory - Territoire du Yukon	223	233	160	73	29
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	307	487	330	158	59
Total Canada	174,121	208,856	151,923	56,933	25,247

Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1994
Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	26,515	52.48
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	228	0.45
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	26,743	52.94
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	23,776	47.06
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	50,519	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	39,413	78.02
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,555	5.06
Add: Purchases - Plus: Achats	39,526	78.24
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,667	5.28
Gross Margin - Marge brute	11,106	21.98
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,869	11.62
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	3,895	7.71
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	49,177	97.34
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,342	2.66

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	1,230	1,099	895	204	101
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	113	202	165	36	18
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	927	1,739	1,406	333	168
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	717	1,239	1,014	225	119
Quebec - Québec	7,716	14,276	11,345	2,931	1,379
Ontario	5,763	15,996	12,202	3,794	1,924
Manitoba	689	1,917	1,434	483	264
Saskatchewan	836	1,642	1,288	354	183
Alberta	1,780	5,341	4,064	1,276	740
British Columbia - Colombie-Britannique	2,377	6,886	5,469	1,418	954
Yukon Territory - Territoire du Yukon	21	64	47	16	7
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	46	119	84	35	14
Total Canada	22,215	50,519	39,413	11,106	5,869

Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1994**Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1994****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,114	81.49
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	259	6.77
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,373	88.26
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	449	11.74
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	3,822	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,468	64.57
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	272	7.13
Add: Purchases - Plus: Achats	2,478	64.83
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	282	7.38
Gross Margin - Marge brute	1,354	35.43
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	575	15.03
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	545	14.26
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	3,587	93.86
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	235	6.14

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Note: Not reliable for this trade group. - **Nota:** Ne sont pas fiables pour ce groupe de commerce.

Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1994**Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1994****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,120	76.08
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	74	0.62
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	9,195	76.70
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,794	23.30
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,988	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	8,600	71.73
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,853	15.45
Add: Purchases - Plus: Achats	8,649	72.14
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,902	15.86
Gross Margin - Marge brute	3,389	28.27
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,625	13.55
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,237	10.31
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,461	95.60
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	528	4.40

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	153	270	188	82	38
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33	67	48	18	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	215	433	313	120	57
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	135	369	265	104	49
Quebec - Québec	1,823	2,999	2,189	811	374
Ontario	2,376	4,590	3,230	1,360	646
Manitoba	188	265	182	83	37
Saskatchewan	370	424	306	119	52
Alberta	600	1,061	771	290	140
British Columbia - Colombie-Britannique	463	1,483	1,090	393	219
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	4	x	x	x	x
Total Canada	6,364	11,988	8,600	3,389	1,625

Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1994

Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	474	27.01
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	12	0.68
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	486	27.69
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,269	72.31
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,755	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	968	55.17
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	480	27.33
Add: Purchases - Plus: Achats	1,006	57.33
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	518	29.50
Gross Margin - Marge brute	787	44.83
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	306	17.45
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	356	20.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,630	92.89
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	125	7.11

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	47	22	12	10	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	93	37	20	17	6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	76	32	18	15	5
Quebec - Québec	1,288	596	338	259	112
Ontario	1,290	648	347	301	114
Manitoba	94	45	25	20	6
Saskatchewan	80	39	22	17	6
Alberta	278	132	74	57	21
British Columbia - Colombie-Britannique	376	196	107	89	32
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	3	x	x	x	x
Total Canada	3,638	1,755	968	787	306

Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1994

Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	681	41.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	19	1.18
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	701	42.52
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	947	57.48
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,648	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	942	57.13
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	405	24.58
Add: Purchases - Plus: Achats	947	57.48
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	411	24.93
Gross Margin - Marge brute	706	42.87
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	287	17.44
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	366	22.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,595	96.81
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	53	3.19

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	28	17	10	7	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	9	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	67	29	18	11	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	62	34	21	13	5
Quebec - Québec	743	443	259	184	75
Ontario	1,102	656	373	283	122
Manitoba	74	47	26	21	8
Saskatchewan	96	38	22	16	5
Alberta	228	160	92	68	27
British Columbia - Colombie-Britannique	405	216	116	100	37
Yukon Territory - Territoire du Yukon	3	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	3	x	x	x	x
Total Canada	2,820	1,648	942	706	287

Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1994

Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,068	26.81
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	4	0.09
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,072	26.91
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,913	73.09
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	3,985	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,144	53.81
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	612	15.35
Add: Purchases - Plus: Achats	2,187	54.89
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	655	16.43
Gross Margin - Marge brute	1,841	46.19
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	702	17.63
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	890	22.34
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	3,737	93.77
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	248	6.23

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	146	56	31	26	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	263	108	60	48	16
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	225	90	53	37	13
Quebec - Québec	2,736	1,032	559	472	211
Ontario	3,570	1,582	859	722	280
Manitoba	335	119	63	56	17
Saskatchewan	264	92	49	44	15
Alberta	888	365	189	176	56
British Columbia - Colombie-Britannique	1,253	523	271	252	82
Yukon Territory - Territoire du Yukon	14	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	6	x	x	x	x
Total Canada	9,736	3,985	2,144	1,841	702

Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1994

Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,484	31.24
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	30	0.62
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,514	31.86
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	3,237	68.14
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,750	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,742	57.71
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,464	30.82
Add: Purchases - Plus: Achats	2,820	59.37
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,543	32.48
Gross Margin - Marge brute	2,009	42.29
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	777	16.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	925	19.47
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,444	93.55
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	307	6.45

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	97	40	24	16	6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	57	19	12	7	3
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	249	122	73	49	18
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	222	75	46	29	12
Quebec - Québec	2,880	1,324	762	563	226
Ontario	2,417	1,686	953	733	301
Manitoba	255	163	95	68	21
Saskatchewan	251	127	74	53	18
Alberta	752	529	309	220	76
British Columbia - Colombie-Britannique	977	649	383	266	93
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	18	x	x	x	x
Total Canada	8,184	4,750	2,742	2,009	777

Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1994
Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,292	49.93
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	217	2.52
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,508	52.45
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	4,087	47.55
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,595	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,625	65.44
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,751	20.38
Add: Purchases - Plus: Achats	5,804	67.53
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,931	22.46
Gross Margin - Marge brute	2,970	34.56
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,320	15.36
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,285	14.95
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,230	95.75
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	365	4.25

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	188	103	66	36	15
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	37	27	18	9	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	314	171	108	63	32
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	296	160	105	56	24
Quebec - Québec	2,810	2,081	1,360	721	296
Ontario	3,594	3,169	2,036	1,133	533
Manitoba	336	257	175	83	34
Saskatchewan	281	192	129	63	39
Alberta	994	1,023	684	340	135
British Columbia - Colombie-Britannique	1,301	1,391	930	461	205
Yukon Territory - Territoire du Yukon	12	12	8	3	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	9	6	3	1
Total Canada	10,177	8,595	5,625	2,970	1,320

Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1994

Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,835	77.28
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	131	5.51
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,966	82.79
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	409	17.21
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	2,374	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	1,434	60.39
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	477	20.09
Add: Purchases - Plus: Achats	1,489	62.70
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	532	22.40
Gross Margin - Marge brute	940	39.61
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	382	16.10
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	403	16.96
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	2,219	93.45
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	156	6.55

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	39	13	8	5	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	19	8	5	3	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	125	52	32	20	9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	80	40	26	14	5
Quebec - Québec	1,116	543	326	217	90
Ontario	1,588	962	570	392	155
Manitoba	82	57	35	22	9
Saskatchewan	122	62	40	22	10
Alberta	322	233	150	83	32
British Columbia - Colombie-Britannique	608	399	238	161	67
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	x	x	x	x
Total Canada	4,110	2,374	1,434	940	382

Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1994

Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	43,174	90.94
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,737	7.87
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	46,910	98.81
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	567	1.19
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	47,477	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	39,025	82.20
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	7,554	15.91
Add: Purchases - Plus: Achats	40,098	84.46
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	8,627	18.17
Gross Margin - Marge brute	8,452	17.80
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,604	7.59
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	2,420	5.10
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	45,049	94.89
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,428	5.11

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	156	570	451	119	58
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	47	172	133	40	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	294	1,345	1,119	226	119
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	251	1,036	837	199	76
Quebec - Québec	2,542	11,302	9,420	1,882	930
Ontario	2,375	18,491	15,100	3,391	1,325
Manitoba	216	1,432	1,178	254	107
Saskatchewan	297	1,377	1,097	279	94
Alberta	700	4,959	4,166	793	359
British Columbia - Colombie-Britannique	942	6,717	5,466	1,251	518
Yukon Territory - Territoire du Yukon	10	29	20	8	4
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	47	38	9	4
Total Canada	7,837	47,477	39,025	8,452	3,604

Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1994

Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	6,746	47.57
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	563	3.97
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	7,309	51.54
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	6,872	48.46
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	14,181	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	11,102	78.29
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	386	2.72
Add: Purchases - Plus: Achats	11,120	78.42
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	404	2.85
Gross Margin - Marge brute	3,079	21.71
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,050	7.41
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	930	6.56
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	13,082	92.25
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,099	7.75

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	338	285	228	58	23
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	130	103	81	21	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	626	574	436	139	51
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	448	478	394	85	36
Quebec - Québec	4,199	2,886	2,240	647	219
Ontario	5,738	5,310	4,174	1,135	387
Manitoba	611	680	540	141	49
Saskatchewan	629	540	435	105	41
Alberta	1,522	1,410	1,085	325	101
British Columbia - Colombie-Britannique	1,573	1,861	1,448	413	130
Yukon Territory - Territoire du Yukon	27	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	18	x	x	x	x
Total Canada	15,859	14,181	11,102	3,079	1,050

Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1994**Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1994****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,353	77.30
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,941	16.04
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	11,294	93.35
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	805	6.65
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,099	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	7,046	58.23
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,540	12.73
Add: Purchases - Plus: Achats	7,504	62.02
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,999	16.52
Gross Margin - Marge brute	5,054	41.77
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,453	20.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,812	14.98
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,310	93.48
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	789	6.52

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	413	183	113	70	33
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	125	53	31	21	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	732	289	172	117	53
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	718	324	205	119	54
Quebec - Québec	6,408	3,033	1,800	1,233	559
Ontario	7,283	4,586	2,706	1,880	936
Manitoba	761	377	210	168	79
Saskatchewan	966	456	264	192	90
Alberta	2,393	1,420	853	568	291
British Columbia - Colombie-Britannique	3,118	1,354	679	675	344
Yukon Territory - Territoire du Yukon
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest
Total Canada	22,965	12,099	7,046	5,054	2,453

Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1994

Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,570	16.69
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	72	0.34
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,642	17.02
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	17,753	82.98
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	21,395	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	15,838	74.03
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,726	17.42
Add: Purchases - Plus: Achats	16,331	76.33
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,219	19.72
Gross Margin - Marge brute	5,557	25.97
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,751	12.86
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	2,573	12.03
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	21,162	98.91
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	232	1.09

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	413	457	338	119	56
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	94	68	26	8
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	273	722	525	197	79
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	332	607	431	176	68
Quebec - Québec	1,508	4,382	3,254	1,128	570
Ontario	2,225	7,746	5,556	2,190	1,097
Manitoba	349	972	746	226	123
Saskatchewan	287	825	636	189	112
Alberta	424	2,260	1,737	524	250
British Columbia - Colombie-Britannique	545	3,118	2,402	716	364
Yukon Territory - Territoire du Yukon	10	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	77	x	x	x	x
Total Canada	6,492	21,395	15,838	5,557	2,751

Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1994

Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,143	69.38
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	148	2.00
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	5,291	71.37
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,122	28.63
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	7,414	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,466	60.23
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,620	21.85
Add: Purchases - Plus: Achats	4,571	61.66
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,725	23.27
Gross Margin - Marge brute	2,948	39.77
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,219	16.44
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,281	17.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	6,966	93.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	448	6.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	388	122	77	45	18
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	125	39	25	14	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	656	209	130	79	38
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	448	126	80	46	21
Quebec - Québec	4,058	1,761	1,136	625	274
Ontario	6,052	2,667	1,550	1,117	445
Manitoba	597	213	127	87	30
Saskatchewan	551	214	129	84	34
Alberta	1,723	805	451	354	140
British Columbia - Colombie-Britannique	2,621	1,229	744	485	207
Yukon Territory - Territoire du Yukon	31	15	8	6	3
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	31	14	8	6	3
Total Canada	17,281	7,414	4,466	2,948	1,219

Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1994

Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,406	58.48
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	153	2.63
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,559	61.11
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,265	38.89
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,824	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,620	62.16
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,958	33.63
Add: Purchases - Plus: Achats	3,762	64.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,101	36.07
Gross Margin - Marge brute	2,204	37.84
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	929	15.96
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,011	17.36
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,560	95.47
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	264	4.53

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	160	54	32	22	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	38	11	7	3	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	287	116	69	47	22
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	311	88	52	37	14
Quebec - Québec	2,787	1,156	715	441	183
Ontario	4,135	2,337	1,472	865	364
Manitoba	365	201	123	78	36
Saskatchewan	417	160	95	65	26
Alberta	1,193	644	398	247	100
British Columbia - Colombie-Britannique	1,931	1,036	645	392	170
Yukon Territory - Territoire du Yukon	23	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	19	x	x	x	x
Total Canada	11,666	5,824	3,620	2,204	929

Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1994

Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1994

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,256	29.52
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	179	1.63
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,436	31.15
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,595	68.85
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,030	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,493	58.86
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,250	11.34
Add: Purchases - Plus: Achats	6,575	59.61
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,333	12.08
Gross Margin - Marge brute	4,537	41.14
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,396	12.66
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et les intérêts)	1,221	11.07
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	9,110	82.59
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,920	17.41

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	194	143	52	91	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	93	53	29	24	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	565	393	205	188	47
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	361	247	146	101	26
Quebec - Québec	3,352	1,852	1,106	746	281
Ontario	5,981	4,847	3,012	1,835	630
Manitoba	550	310	167	143	35
Saskatchewan	471	274	107	167	35
Alberta	1,669	1,197	746	450	102
British Columbia - Colombie-Britannique	2,289	1,675	905	770	215
Yukon Territory - Territoire du Yukon	21	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	27	x	x	x	x
Total Canada	15,573	11,030	6,493	4,537	1,396

Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1994**Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1994**

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Food Products - Produits alimentaires	17.27	14.82	14.17	3.14
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	11.73	8.74	25.54	10.71
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5.05	3.62	28.26	7.23
Household Goods - Articles ménagers	5.39	4.04	25.03	4.65
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	7.36	6.04	17.95	2.51
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.58	5.23	20.50	4.74
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	7.20	5.66	21.33	5.24
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	3.94	3.14	20.28	7.10
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5.57	3.88	30.31	7.05
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	11.20	8.13	27.43	2.20
Other Products - Produits divers	9.90	7.67	22.58	5.35
Grain - Céréales	7.70	6.65	13.67	7.18
Petroleum Products - Produits pétroliers	15.86	13.04	17.79	8.42
All Groups - Tous les groupes	8.60	6.78	21.24	5.50

Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1994**Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1994**

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	19.35	15.09	21.98	2.66
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	13.78	8.90	35.43	6.14
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.39	4.58	28.27	4.40
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.52	1.94	44.83	7.11
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	4.04	2.31	42.87	3.19
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	6.29	3.39	46.19	6.23
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	3.16	1.82	42.29	6.45
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.67	3.05	34.56	4.25
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	4.71	2.84	39.61	6.55
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5.87	4.82	17.80	5.11
Gasoline Service Stations - Stations-service	35.90	28.11	21.71	7.75
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	6.84	3.98	41.77	6.52
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.38	3.99	25.97	1.09
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.43	2.67	39.77	6.05
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	2.87	1.78	37.84	4.53
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	8.54	5.03	41.14	17.41
All Stores - Ensemble des magasins	7.11	5.17	27.26	5.05

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1994
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1994

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
501	Farm Products - Produits agricoles	16,718
5011	Livestock - Bétail	1,333
5012	Grain - Céréales	12,979
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	2,406
511	Petroleum Products - Produits pétroliers	32,773
521	Food - Produits alimentaires	43,360
5211	Confectionery - Confiseries	727
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	1,238
5213	Dairy Products - Produits laitiers	1,546
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	462
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	3,320
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	3,540
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	4,603
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	27,924
522	Beverages - Boissons	4,648
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	541
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	4,107
523	Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette	8,268
5231	Drugs - Médicaments	5,460
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,273
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,535
524	Tobacco Products - Produits du tabac	2,862
531	Apparel - Vêtements	3,773
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets	667
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	752
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	493
5314	Footwear - Chaussures	770
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,091
532	Dry Goods - Tissus et articles de mercerie	1,587
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,327
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	260
541	Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareils ménagers électriques et électroniques et leurs pièces	4,931
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,380
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,551
542	Household Furniture - Meubles de maison	397
543	Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement	2,337
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	420
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,276
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	262
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	379
551	Motor Vehicles - Véhicules automobiles	13,561
5511	Automobiles - Automobiles	8,153
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	4,104
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,304
552	Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles	12,037
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	2,491
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles	9,546

See Estimation in "Methodology".

Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1994 - Continued
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1994 - suite

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
561	Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal	8,615
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier	4,191
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	2,109
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	1,024
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	1,291
562	Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	10,333
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	5,616
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	4,717
563	Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	21,853
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	12,498
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	987
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	8,368
571	Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,972
572	Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction	5,907
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,723
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	3,184
573	Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels	9,765
574	Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	23,944
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	4,307
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	461
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	8,692
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et logiciels	10,067
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	417
579	Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	14,219
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	5,973
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,977
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	3,720
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.e.c.	2,549
591	Waste Materials - Matières de rebut	3,093
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	603
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	2,490
592	Paper and Paper Products - Papier et produits du papier	4,710
5921	Newsprint - Papier journal	..
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,404
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	3,306
593	Agricultural Supplies - Fournitures agricoles	5,893
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	1,287
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	711
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	3,895
594	Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport	2,579
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	1,036
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	1,543

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1994 - Concluded
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1994 - fin

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
595	Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments et accessoires de musique	2,211
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	882
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,329
596	Jewellery and Watches - Bijoux et montres	700
597	Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel	5,421
598	General Merchandise - Marchandise générale	539
599	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	9,430
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,426
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	16
5993	Forest Products - Produits forestiers	510
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	7,478

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1994
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1994

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
601	Food Stores - Magasins d'alimentation	54,342
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	38,416
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	12,103
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	...
6014	Candy and Nut Stores - Confiseries et magasins de noix	...
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	...
6016	Meat Markets - Marchés de viande	...
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.	...
602	Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière	6,139
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	x
6022	Wine Stores - Magasins de vin	x
6023	Beer Stores - Magasins de bière	x
603	Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnance et de médicaments brevetés	11,989
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,544
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	...
611	Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,755
612	Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,648
613	Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames	3,985
614	Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.c.a.	4,162
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	369
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	122
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a.	3,671
615	Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés	588
621	Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison	4,751
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,971
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,642
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	138
622	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	3,845
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	662
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	2,728
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	455
623	Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,375
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,239
6232	Drapery Stores - Magasins de tentures	183
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	953

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1994 - Continued
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1994 - suite

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
631	Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles	43,933
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles neuves	41,935
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	1,998
632	Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir	3,544
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	503
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	1,075
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
633	Gasoline Service Stations - Stations-service	14,181
634	Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles	5,841
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,871
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	1,970
635	Motor Vehicle Repair Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles	5,877
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	3,007
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,539
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	475
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	459
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	225
639	Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles	381
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.e.c.	...
641	General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	21,394
6411	Department Stores - Magasins à rayons	12,727
6412	General Stores - Magasins généraux	5,081
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,586
651	Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries	1,526
652	Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage	1,073
6521	Florist Shops - Fleuristes	619
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	454
653	Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint	2,819
6531	Hardware Stores - Quincailleries	2,192
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	627
654	Sporting Goods and Bicycle Shops - Magasins d'articles de sport et bicyclettes	2,950
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,777
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	...
655	Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques	1,133
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	444
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	689

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1994 - Concluded
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1994 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
656	Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,245
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	1,202
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	...
657	Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	495
658	Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,995
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	681
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,314
659	Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	4,891
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.c.a.	423
6592	Opticians' Shops - Opticiens	630
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	266
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	213
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	...
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	475
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	175
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.c.a.	2,474

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1994
Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1994

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars)	Household Consumers for Personal Use	Retailers for Resale	Industrial, Commercial and Other Non- Household Users	Other Wholesalers for Resale	Farmers for Use in Farm Production	Foreign Markets
	Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Consomma- teurs ménagers pour usage personnel	Détaillants pour la revente	Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Autres grossistes pour la revente	Agriculteurs pour la production agricole	Marchés étrangers
			percentage - pourcentage				
Food Products - Produits alimentaires	43,361	1.5	63.9	9.3	19.8	0.2	5.4
Beverage, Drug and tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	15,778	0.2	74.7	8.2	16.5	-	0.4
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,360	2.4	63.9	15.3	15.3	—	3.1
Household Goods - Articles ménagers	7,666	3.8	69.3	13.9	11.4	-	1.6
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	25,598	3.3	48.7	23.5	17.4	0.7	6.4
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,512	1.5	16.8	60.0	14.7	0.6	6.4
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,289	16.4	26.4	33.0	11.2	1.8	11.1
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,972	3.4	7.2	7.3	18.1	59.8	4.2
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	35,077	1.8	14.4	67.5	11.0	1.2	4.0
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	18,758	2.7	14.8	43.3	22.3	0.9	16.0
Other Products - Produits divers	38,315	1.9	23.8	32.6	16.7	7.1	17.9
Grain - Céréales	12,931	0.1	5.7	16.2	17.3	7.4	53.4
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,822	6.2	30.8	26.7	20.3	3.3	12.6
All Groups - Tous les groupes	282,438	3.6	34.3	31.1	16.6	3.5	10.9

Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1994
Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1994

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue Contribution aux recettes d'exploitation totales		Number of Locations Nombre d'emplacements	
		Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants	Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants
		percentage - pourcentage		number - nombre	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	50,519	47.06	52.94	4,029	18,186
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,822	11.74	88.26	653	8,550
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	11,988	23.30	76.70	868	5,496
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,755	72.31	27.69	2,074	1,564
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,648	57.48	42.52	979	1,841
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,985	73.09	26.91	4,946	4,790
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,750	68.14	31.86	3,338	4,846
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,595	47.55	52.45	1,891	8,286
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,374	17.21	82.79	534	3,576
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	47,477	1.19	98.81	37	7,800
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,181	48.46	51.54	6,502	9,356
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	6.65	93.35	976	21,989
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	21,395	82.98	17.02	3,573	2,919
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,414	28.63	71.37	2,652	14,629
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,824	38.89	61.11	2,980	8,686
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,030	68.85	31.15	5,607	9,966
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	208,856	37.28	62.72	41,640	132,481

Table 9.0. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada¹, 1988-1994 (base year 1986 = 100)
Tableau 9.0. Commerce de détail - Indices de prix divers¹, Canada, 1988-1994 (année de base 1986 = 100)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	108.6	114.0	119.5	126.2	128.1	130.4	130.7
Food Purchased from Stores Price Index - Indice des prix des aliments achetés au magasin	106.6	109.9	114.2	116.9	115.2	117.3	117.4
Clothing & Footwear Price Index - Indice des prix des vêtements et des chaussures	109.6	114.1	117.3	128.4	129.5	130.8	131.8
Household Furnishings Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement	107.0	111.6	112.8	116.9	116.5	117.0	117.2
Gasoline Price Index - Indice de prix de l'essence	103.8	110.3	126.6	124.7	120.2	118.4	117.0
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	106.4	112.4	112.8	110.6	115.1	120.1	128.0
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	107.7	112.8	119.8	127.2	128.0	130.0	124.6
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	109.2	114.1	117.3	128.3	129.1	130.4	131.6
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	107.0	111.8	112.5	112.4	113.7	116.4	120.7

¹ Source: Prices Division.

¹ Source: Division des prix.

Note: There are no comparable Price Indices for Wholesale Trade

Nota: Il n'y a pas d'indices de prix comparable pour le commerce de gros

Methodology

Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Industry Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

A. Populations

Target Population

The AWRTS target population consists of all Canadian domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

Survey Population

The survey population is the collection of all units from which the survey can realistically obtain information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

Méthodologie

Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division de l'industrie de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

A. Populations

Population cible

La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada. L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournie auparavant.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all Wholesale companies and a subset of retail companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the five Statistics Canada regional offices, or the Operations & Integration Division in Ottawa. Sampled companies provide data by diskette, mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analysed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies de gros et une portion (sous-ensemble) des compagnies du commerce de détail échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quel moment pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuer un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimations pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confiée un poids d'échantillon de cinq.

C. La collecte des données

Les cinq bureaux régionaux de Statistique Canada ainsi que la Division des opérations et de l'intégration à Ottawa font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. Les entreprises échantillonnées fournissent leurs données soit sur disquette, par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmises à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.

D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection

priority decided by the size of the deviation from average behaviour. These outliers are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

Estimates are imputed for companies who were unable to respond on time, provided some unreliable reported values or ceased their activities during the year. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. There are three methods of imputation: deterministic (when only one value will satisfy the validity rules), imputation by estimation (for example, using the mean value for the trade group by province) or donor (when data from other companies of a similar profile provide the basis for imputing estimates). Imputation by estimation often makes use of historical annualized MWRTS or AWRTS data. If there are insufficient data for an imputation cell (e.g. trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells. Donor imputation is only used as a last resort.

E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of the businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

manuelle selon un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui ont des valeurs aberrantes ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

Des estimations sont imputées pour les compagnies qui n'ont pas pu répondre à temps, fournissent des valeurs douteuses ou ont cessé leurs activités durant l'année. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Il existe trois méthodes d'imputation: déterministe (lorsqu'une seule valeur satisfait les règles de validité), par estimation (par exemple, en utilisant une valeur moyenne pour le groupe de commerce par province) ou par donneur (lorsque des données d'autres compagnies avec un profil similaire ont servi de base pour des estimations à imputer). L'imputation par estimation requiert souvent des données historiques annuelles provenant de l'EMCGD ou de l'EACGD. S'il y a un nombre insuffisant de données pour une cellule d'imputation (exemple, un groupe de commerce dans une région géographique), la cellule est automatiquement gonflée en l'associant avec d'autres cellules semblables. L'imputation par donneur est utilisée en dernier ressort.

E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subéquemment pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faites à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacement. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 1.0%	Very good
B -	1.1% - 2.5%	Good
C -	2.6% - 5.0%	Good
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreur, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basées sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'une enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimation à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimation est l'écart-type estimation (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimation comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimations sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 1.0%	Très bonne
B -	1.1% - 2.5%	Bonne
C -	2.6% - 5.0%	Bonne
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rates can be used as indicators of the potential level of nonsampling errors.

Some nonsampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (under coverage), or counted more than once (over coverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (over coverage).

Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimations de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.

Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité des données fournissent les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de \$10 millions, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation est bas et que la fraction de réponse est élevée, meilleure est l'estimation publiée.

Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1994
Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1994

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Food Products - Produits alimentaires	83.77	90.31	802	2.85 (C)
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	80.85	90.00	282	3.81 (C)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	81.32	85.65	771	3.59 (C)
Household Goods - Articles ménagers	85.23	92.36	386	4.51 (C)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	84.79	90.54	559	1.95 (B)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	81.85	89.15	529	3.76 (C)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	82.85	87.02	758	3.26 (C)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	83.84	89.49	656	3.30 (C)
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	83.61	89.84	1,336	4.35 (C)
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	77.74	68.97	558	3.77 (C)
Other Products - Produits divers	81.65	89.67	1,831	2.34 (B)
Grain - Céréales	85.88	95.54	85	1.04 (B)
Petroleum Products - Produits pétroliers	78.80	63.99	250	2.24 (B)
All Groups - Tous les groupes	82.43	85.78	8,803	0.96 (A)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1994
Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoires, 1994

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	82.10	91.94	322	3.27 (C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	83.19	92.31	196	2.35 (B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	82.04	93.87	411	2.02 (B)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	81.39	94.47	304	2.23 (B)
Quebec - Québec	82.24	91.42	1,819	1.76 (B)
Ontario	82.79	89.71	2,947	1.40 (B)
Manitoba	83.05	94.54	610	1.03 (B)
Saskatchewan	82.38	91.66	423	2.73 (C)
Alberta	83.42	85.34	812	1.99 (B)
British Columbia - Colombie-Britannique	83.16	91.11	831	4.61 (C)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	71.83	93.13	52	0.46 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	69.70	65.51	76	1.47 (B)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1994
Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1994

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épicerie	80.91	92.46	2,247	1.88 (B)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	76.56	88.28	1,011	5.90 (D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	84.93	89.58	1,314	2.16 (B)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	80.71	92.91	337	2.88 (C)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	81.87	87.73	353	3.67 (C)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	76.21	92.06	639	2.54 (B)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	75.75	87.32	804	2.69 (C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	78.92	93.16	1,428	3.01 (C)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	76.37	85.65	1,058	3.97 (C)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	89.09	94.95	1,641	4.29 (C)
Gasoline Service Stations - Stations-service	78.72	89.32	1,358	3.25 (C)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	81.06	90.41	2,371	2.82 (C)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	81.04	95.69	480	0.54 (A)
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	78.93	85.11	2,169	2.76 (C)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	77.51	89.34	1,503	3.33 (C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	78.69	92.87	1,882	1.40 (B)
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	80.12	91.93	20,595	1.14 (B)

¹ See "Data Quality" for description..¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, By Province or Territory, 1994
Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1994

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	82.13	91.25	1,221	1.92 (B)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	84.00	93.58	476	1.32 (B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	81.63	91.42	1,280	2.96 (C)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	81.69	94.24	1,176	2.08 (B)
Quebec - Québec	79.23	90.73	4,294	2.16 (B)
Ontario	81.48	92.94	4,120	2.40 (B)
Manitoba	79.62	90.20	1,418	2.12 (B)
Saskatchewan	82.65	90.68	1,048	2.20 (B)
Alberta	80.02	91.70	2,062	3.54 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	79.63	94.34	3,042	2.09 (B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	71.54	88.83	231	0.41 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	71.07	87.84	227	2.98 (C)

¹ See "Data Quality" for description.¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Wholesale Trade Section (613) 951-5754 or the Retail Trade section at (613) 951-3549 (facsimile number (613) 951-3522).

Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification type des industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la Section du commerce de gros (613) 951-5754 ou la Section du commerce de détail au (613) 951-3549 (numéro de télécopieur (613) 951-3522).

Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recoupements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.

Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

Wholesale Trade - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers. Excludes agents and brokers.

Retail Trade - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Reporting period - The 1994 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1994 and March 31, 1995.

Kind-of-business - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

Sales - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Sales by class of customer - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers

Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

Commerce de gros - La vente de marchandises à son propre compte aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs. Sont exclus les activités d'agents et de courtiers.

Commerce de détail - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail. Ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail: par exemple, les ventes directes par démarchage; les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs; les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques; et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Période de déclaration - L'année civile 1994 ou tout exercice financier se terminant entre le 1^{er} avril 1994 et le 31 mars 1995.

Genre de commerce - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

Ventes - Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de vente directes sont exclues.

Ventes par type de clientèle - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux

(not for business use); retailers; wholesalers; industrial, commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

Sales of goods purchased for resale on own account -

Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

Commission revenue - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

Sales of goods of own manufacture - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

Labour receipts from installation and repair of goods -

Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

Revenues from rental and leasing of goods and equipment - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

Other operating revenue - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

Total operating revenue - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

Non-operating revenue - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

Purchases - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents, import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte -

Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Commissions - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

Ventes de produits de propre fabrication - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens -

Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

Recettes provenant de la location de biens et de matériel - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

Autres recettes d'exploitation - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toutes autres recettes d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

Recettes d'exploitation totales - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

Recettes hors exploitation - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

Achats - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

Cost of goods sold - This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing inventory.

Gross margin - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

Employee earnings and benefits - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Other operating expenses - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

Opening and closing inventories - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded. Inventory data can be reported at cost price, market price (current replacement cost), lower of cost or market price, or selling price.

Retail location - A business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc..

Chain organization - An organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an **independent organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

Prix de revient - On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

Marge brute - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

Rémunération et avantages sociaux des employés - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages impossibles. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Autres dépenses d'exploitation - Inclut le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

Stocks d'ouverture et de fermeture - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses. Les données sur les stocks peuvent être déclarées au prix coûtant, au prix du marché (au coût courant de remplacement), plus bas que le prix coûtant ou du marché et au prix de vente.

Point de vente au détail - Un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc..

Entreprise de magasins à succursales - Toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des **entreprises indépendantes**. Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales.

Number of Locations - Locations that contributed to the total operating revenue during the reporting period irrespective of the length of time they were opened.

Operating Profit - This value is obtained by calculating: Total operating revenue - total operating expenses.

Profit Margin - This value is obtained by calculating: Operating profit ÷ total operating revenue.

Operating Revenue to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Total operating revenue ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Cost of Goods Sold to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Cost of Goods Sold ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Employee - Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

Nombre de locaux d'affaires - Locaux qui ont contribué aux recettes d'exploitation totales durant la période de déclaration sans égard à la durée de leur contribution.

Bénéfice d'exploitation - On obtient cette donnée en calculant: recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

Marge de profit - On obtient cette donnée en calculant: Bénéfice d'exploitation ÷ recettes d'exploitation totales.

Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Recettes d'exploitation totales ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Ratio du prix de revient aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Prix de revient ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Salarié - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.

Appendix I

Appendice I



Industry Division

**Annual Wholesale and
Retail Trade Survey 1994**

Si vous préférez recevoir ce questionnaire
en français, veuillez téléphoner au numéro
approprié indiqué dans la section 2.

Correct pre-printed information if necessary using the
corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal Code

1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING
AUTHORITY

Collected under the authority of the Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

PURPOSE OF THE SURVEY

Data collected by this survey are used to provide aggregated industry information required by governments to develop national and regional economic programs and policies. This information is also used by the private sector to assist in decision making and to assess business conditions. The results of this survey are published in Statistics Canada catalogue number 63-236.

CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information obtained from this survey that relate to any identifiable business without the previous written consent of that business. The data reported

on this questionnaire will be treated in strict confidence. They will be used exclusively for statistical purposes and will be published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

DATA SHARING AGREEMENTS

To avoid duplication of enquiry and to provide consistent statistics, agreements have been made under Section 11 of the Statistics Act, to exchange information collected by this survey with the Bureaus of Statistics of Alberta and Manitoba. Agreement has also been made under Section 12 of the Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics for the sharing of information from this survey. Under Section 12, you may refuse to share your information with the Northwest Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician and returning your letter of objection along with the completed questionnaire.

2 - INQUIRIES

If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please call the nearest Statistics Canada Regional Office.

Halifax
Montréal
Sturgeon Falls
Toronto
Winnipeg
Edmonton
Vancouver

426 - 5662
283 - 5724
753 - 4888
973 - 4798
983 - 8650
495 - 4627
666 - 2100

TOLL FREE

1 - 800 - 565 - 1685
1 - 800 - 363 - 6720
1 - 800 - 461 - 1662
1 - 800 - 465 - 2635
1 - 800 - 665 - 3393
1 - 800 - 661 - 9884
1 - 800 - 663 - 0172

FAX

902 - 426 - 8292
514 - 283 - 7969
705 - 753 - 0426
416 - 973 - 5524
204 - 983 - 3122
403 - 495 - 4788
604 - 666 - 6495

3 - REPORTING PERIOD

Please report for your 1994 fiscal year (normal business year)
ending any time between April 1, 1994 and March 31, 1995

FROM

D	M	Y
---	---	---

 TO

D	M	Y
---	---	---

4 - KIND OF BUSINESS

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the estimated percentage of total operating revenue

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - REVENUE BY CLASS OF CUSTOMER

Indicate the estimated percentage of total operating revenue:

5.1	Made to households or individuals for personal use	%
5.2	Made to retail businesses	%
5.3	Made to wholesale businesses	%
5.4	Made to industrial, commercial and other business users	%
5.5	Made to farmers, for farm operations	%
5.6	Made to clients outside Canada (exports)	%
5.7	Total	100 %

5-3100-1887-1: 1994-09-15 STC/IND-375-75003



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

6 - REVENUE				
6.1	Sales of goods purchased for resale (Report gross sales of new and / or used goods less returns, discounts, provincial sales taxes and GST. Do not deduct the value of trade-ins)			\$.00
6.2	Commission revenue (Gross earnings from selling and buying goods on account of others)			\$.00
6.3	Sales of goods of own manufacture			\$.00
6.4	Labour receipts from installation and repair of goods (Report parts in (6.1) above)			\$.00
6.5	Revenue from rental and leasing of goods and equipment			\$.00
6.6	Other operating revenue (such as rental from real estate, food serving and other service activities)			\$.00
6.7	Total Operating Revenue (Sum of 6.1 to 6.6 above)			\$.00
6.8	Non-operating revenue (such as subsidies, interest, dividends and gains on disposal of investments and capital assets)			\$.00
6.9	Total Revenue (Sum of 6.7 and 6.8)			\$.00
7 - COST OF GOODS SOLD				
7.1	Opening inventory			\$.00
7.2	Purchases of new and used goods for resale (Include freight-in and the value of goods taken in trade, less returns and discounts.)			\$.00
7.3	Closing inventory			\$.00
7.4	Cost of goods sold			\$.00
8 - EXPENSES				
8.1	Salaries, wages and benefits: (Include bonuses, commissions and any other payments to employees. Report gross payments before deductions for such items as income tax, pension plans, U.I. premiums)			\$.00
8.2	Depreciation on buildings and other fixed assets			\$.00
8.3	Interest expenses			\$.00
8.4	Other expenses (Exclude income taxes)			\$.00
8.5	Total expenses (Sum of 8.1 to 8.4)			\$.00
9 - LOCATIONS AND PROVINCIAL DISTRIBUTION				
9.1	Indicate the number of trading locations operated in Canada during your reporting period →			
9.2	Do you operate in more than one province? <input type="checkbox"/> No ► Skip to 10 <input type="checkbox"/> Yes ► If yes, report the following items.			
Province / Territory	Trading Locations (9.1)	Operating Revenue (6.7)	Salaries, Wages and Benefits (8.1)	Cost of Goods Sold (7.4)
	Number	\$ or %	\$ or %	\$ or %
Newfoundland				
Prince Edward Island				
Nova Scotia				
New Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
British Columbia				
Yukon Territory				
Northwest Territories				
Canada				
10 - CERTIFICATION				
I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief.				
Signature of authorized person		Title		Date
Name of contact for further information		Telephone no. (Area)	Facsimile no. (Area)	





Division de l'industrie

Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1994

If you prefer this questionnaire in English,
please call the appropriate number
indicated in section 2.

Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en
utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal

1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE.

AUTORITÉ

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique,
Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

BUT DE L'ENQUÊTE

Les données recueillies par cette enquête sont requises par
les différents paliers de gouvernements pour élaborer des
programmes économiques nationaux et régionaux. Le secteur
privé se sert de ces données pour élaborer des décisions
d'affaires et pour évaluer les conditions du marché. Les
résultats de cette enquête sont publiés dans le catalogue
63-236 de Statistique Canada.

CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques
qui pourraient divulguer tout renseignement permettant
d'identifier une entreprise sans que celle-ci en ait donné
l'autorisation par écrit au préalable. Les données du
questionnaire demeureront confidentielles. Elles ne serviront

qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme agrégée
seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la
statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à
l'information ou toute autre loi.

ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer
l'uniformité des données, Statistique Canada a conclu une
entente en vue de l'échange des données de la présente
enquête, avec les bureaux de la statistique de l'Alberta et du
Manitoba, aux termes de l'article 11 de la Loi sur la statistique
et avec le Bureau de la statistique des Territoires du
Nord-Ouest, aux termes de l'article 12 de la Loi sur la
statistique. En vertu de l'article 12, vous pouvez refuser de
partager vos renseignements avec le Bureau de la statistique
des Territoires du Nord-Ouest en informant par écrit le
statisticien en chef et en retournant votre lettre et le
questionnaire dûment rempli.

2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

	APPEL LOCAL	SANS FRAIS	TÉLÉCOPIEUR
Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou si vous avez des questions concernant l'enquête, adressez-vous au bureau régional de Statistique Canada le plus près.	Halifax 426 - 5662 Montréal 283 - 5724 Sturgeon Falls 753 - 4888 Toronto 973 - 4798 Winnipeg 983 - 8650 Edmonton 495 - 4627 Vancouver 666 - 2100	1 - 800 - 565 - 1685 1 - 800 - 363 - 6720 1 - 800 - 461 - 1662 1 - 800 - 465 - 2635 1 - 800 - 665 - 3393 1 - 800 - 661 - 9884 1 - 800 - 663 - 0172	902 - 426 - 8292 514 - 283 - 7969 705 - 753 - 0426 416 - 973 - 6524 204 - 983 - 3122 403 - 495 - 4788 604 - 666 - 6495

3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION

Veillez déclarer votre année financière de 1994 (*année d'affaire*)

se terminant à n'importe quelle date entre le 1er avril 1994 et le 31 mars 1995.

DU	J	M	A	À	J	M	A

4 - GENRE D'EXPLOITATION

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales.

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE

Indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales:

5.1	Faites aux ménages et individus pour usages personnels	%
5.2	Faites aux détaillants	%
5.3	Faites aux grossistes	%
5.4	Faites aux industriels, commerçants et autres consommateurs	%
5.5	Faites aux agriculteurs, pour la production agricole	%
5.6	Faites aux exportateurs	%
5.7	Total	100 %

5-3100-1897/2 1994-09-15 STC/IND-375-75008



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

6 - RECETTES				
6.1	Ventes de marchandises achetées pour la revente (<i>Déclarez les ventes brutes de marchandises neuves ou d'occasion, moins les rendus, les ajustements, les taxes de vente provinciales et la TPS. Ne déduisez pas la valeur des reprises.</i>)			\$.00
6.2	Commissions (<i>Revenu brut de l'achat ou de la vente de marchandises pour le compte d'autrui</i>)			\$.00
6.3	Ventes de produits de propre fabrication			\$.00
6.4	Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens (<i>Déclarez les pièces au point (6.1) ci-dessus</i>)			\$.00
6.5	Recettes provenant de la location de biens et de matériel			\$.00
6.6	Autres recettes d'exploitation (<i>Ex. location de biens immobiliers, prestation de services de restauration et d'autres services</i>)			\$.00
6.7	Recettes d'exploitation totales (<i>Somme de 6.1 à 6.6</i>)			\$.00
6.8	Recettes hors exploitation (<i>Ex. subventions, intérêts et dividendes, et gains résultant de la vente de biens immobiliers et de placements</i>)			\$.00
6.9	Recettes totales (<i>Somme de 6.7 et 6.8</i>)			\$.00
7 - COÛT DES VENTES				
7.1	Stocks d'ouverture			\$.00
7.2	Achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente (<i>Inclure les frais de transport, la valeur des reprises, moins les rendus, les ajustements et les rabais.</i>)			\$.00
7.3	Stocks de fermeture			\$.00
7.4	Coût des ventes			\$.00
8 - DÉPENSES				
8.1	Salaires, traitements et avantages sociaux (<i>Inclure les primes, commissions et autres paiements versés aux employés. Déclarez les paiements bruts avant les retenues tels que l'impôt sur le revenu, les régimes de pensions, les primes d'assurance-chômage</i>)			\$.00
8.2	Dépenses d'amortissement sur les immobilisations			\$.00
8.3	Dépenses d'intérêts			\$.00
8.4	Autres dépenses (<i>Exclure les impôts</i>)			\$.00
8.5	Dépenses totales (<i>Somme de 8.1 à 8.4</i>)			\$.00
9 - EMPLACEMENTS ET RÉPARTITION PROVINCIALE				
9.1	Indiquez le nombre d'emplacements exploités au Canada durant votre période de déclaration. ►			
9.2	Exploitez-vous votre commerce dans plus d'une province? <input type="checkbox"/> Non ► <i>Passez à 10</i> <input type="checkbox"/> Oui ► <i>Si oui, fournissez les données suivantes:</i>			
Province / Territoire	Emplacements (9.1)	Recettes d'exploitation totales (6.7)	Salaires, traitements et avantages sociaux des employés (8.1)	Coût des ventes (7.4)
	Nombre	\$ ou %	\$ ou %	\$ ou %
Terre-Neuve				
Île-du-Prince-Édouard				
Nouvelle-Écosse				
Nouveau-Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
Colombie-Britannique				
Territoire du Yukon				
Territoires du Nord-Ouest				
Canada				
10 - ATTESTATION				
J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je le sache, complets et exacts.				
Signataire autorisé		Fonction		Date
Pour plus de renseignements, contactez		N° de téléphone (Indicatif)	N° de télécopieur (Indicatif)	



Appendix II

Trade Group Coverage
Wholesale Trade, 1994

011	Food Products
5211	Confectionery
5212	Frozen Foods (Packaged)
5213	Dairy Products
5214	Poultry and Eggs
5215	Fish and Seafood
5216	Fresh Fruit and Vegetables
5217	Meat and Meat Products
5219	Other Foods
012	Beverage, Drug and Tobacco Products
5221	Non-Alcoholic Beverages
5222	Alcoholic Beverages
5231	Drugs
5232	Toilet Soaps and Preparations
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
5241	Tobacco Products
020	Apparel and Dry Goods
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
5314	Footwear
5319	Other Apparel
5321	Piece Goods
5329	Notions and Other Dry Goods
030	Household Goods
5411	Electrical Household Appliances
5412	Electronic Household Appliances
5421	Household Furniture
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery
5432	Floor Coverings
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
5439	Other Household Furnishings
040	Motor Vehicles, Parts and Accessories
5511	Automobiles
5512	Trucks and Buses
5519	Other Motor Vehicles and Trailers
5521	Tires and Tubes
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories
050	Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
5612	Other Iron and Steel Products
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products
5619	Combination Metal and Metal Products
5621	Hardware
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies
060	Lumber and Building Materials
5631	Lumber, Plywood and Millwork
5632	Paint, Glass and Wallpaper
5639	Other Building Materials

Appendice II

Couverture des groupes de commerce
Commerce de gros, 1994

011	Produits alimentaires
5211	Confiseries
5212	Produits alimentaires congelés (emballés)
5213	Produits laitiers
5214	Volaille et oeufs
5215	Poisson et fruits de mer
5216	Fruits et légumes frais
5217	Viande et produits de la viande
5219	Autres produits alimentaires
012	Boissons, médicaments et tabac
5221	Boissons non-alcooliques
5222	Boissons alcooliques
5231	Médicaments
5232	Savons et produits de toilette
5239	Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
5241	Produits du tabac
020	Vêtements et articles de mercerie
5311	Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets
5312	Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
5313	Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
5314	Chaussures
5319	Autres vêtements
5321	Tissus à la pièce
5329	Articles de mercerie
030	Articles ménagers
5411	Appareils ménagers électriques
5412	Appareils ménagers électroniques
5421	Meubles de maison
5431	Porcelaine, verrerie, faïence et poterie
5432	Revêtements de sol
5433	Linge de maison, tentures et autres articles de textile
5439	Autres accessoires ménagers d'aménagement
040	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
5511	Automobiles
5512	Camions et autobus
5519	Autres véhicules automobiles
5521	Pneus et chambres à air
5529	Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles
050	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
5611	Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
5612	Autres produits en fer et en acier
5613	Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
5619	Combinaisons de métaux et produits en métal
5621	Articles de quincaillerie
5622	Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation
060	Bois et matériaux de construction
5631	Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
5632	Peintures, vitres et papiers peints
5639	Autres matériaux de construction

070	Farm Machinery, Equipment and Supplies	070	Machines, matériel et fournitures agricoles
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies	5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
081	Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies	081	Machines, matériel et fournitures industriels et autres
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies	5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies	5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies	5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material	5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies	5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies	5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies	5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies	5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies	5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.	5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
082	Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery	082	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)	5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software	5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels
090	Other Products	090	Produits divers
5011	Livestock	5011	Bétail
5019	Other Farm Products	5019	Autres produits agricoles
5911	Automobile Wrecking	5911	Démontage d'automobiles
5919	Other Waste Materials	5919	Autres matières de rebut
5921	Newsprint	5921	Papier journal
5922	Stationery and Office Supplies	5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Other Paper and Paper Products	5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Agricultural Feeds	5931	Aliments pour animaux
5932	Seeds and Seed Processing	5932	Semences et traitement des semences
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies	5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Toys, Novelties and Fireworks	5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Amusement and Sporting Goods	5942	Articles de loisir et de sport
5951	Photographic Equipment and Supplies	5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Musical Instruments and Accessories	5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Jewellery and Watches	5961	Bijoux et montres
5971	Industrial and Household Chemicals	5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	General Merchandise	5981	Marchandise générale
5991	Books, Periodicals and Newspapers	5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)	5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Forest Products	5993	Produits forestiers
5999	Other Products n.e.c.	5999	Autres produits n.c.a.
100	Grain	100	Céréales
5012	Grain	5012	Céréales
110	Petroleum Products	110	Produits Pétroliers
5111	Petroleum Products	5111	Produits pétroliers

Appendix III

Trade Group Coverage Retail Trade, 1994

010	Supermarkets and Grocery Stores
6011	Supermarkets
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets)
020	All Other Food Stores
6013	Bakery Products Stores
6014	Candy and Nut Stores
6015	Fruit and Vegetable Stores
6016	Meat Markets
6019	Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.
030	Drug and Patent Medicine Stores
6031	Pharmacies
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores
040	Shoe Stores
6111	Shoe Stores
050	Men's Clothing Stores
6121	Men's Clothing Stores
060	Women's Clothing Stores
6131	Women's Clothing Stores
070	Other Clothing Stores
6141	Children's Clothing Stores
6142	Fur Stores
6149	Other Clothing Stores, n.e.c.
6151	Fabric and Yarn Stores
080	Household Furniture and Appliance Stores
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
6222	Television, Radio and Stereo Stores
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops
090	Household Furnishings Stores
6231	Floor Covering Stores
6232	Drapery Stores
6239	Other Household Furnishings Stores
100	Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers
6311	Automobile (New) Dealers
6312	Automobile (Used) Dealers

Appendice III

Couverture des groupes de commerce Commerce de détail, 1994

010	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf supermarchés)
020	Tous les autres magasins d'alimentation
6013	Boulangeries - pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
040	Magasins de chaussures
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
060	Magasins de vêtements pour dames
6131	Magasins de vêtements pour dames
070	Autres magasins de vêtements
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
080	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
090	Magasins d'accessoires d'ameublement
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
100	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Motor Home and Travel Trailer Dealers
6322 Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers

6323 Motorcycle and Snowmobile Dealers
6329 Other Recreational Vehicle Dealers

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline Service Stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and Auto Supply Stores
6342 Tire, Battery, Parts and Accessories Stores
6351 Garages (General Repairs)
6352 Paint and Body Repair Shops
6353 Muffler Replacement Shops
6354 Motor Vehicle Glass Replacement Shops
6355 Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops

6359 Other Motor Vehicle Repair Shops
6391 Car Washes
6399 Other Motor Vehicle Services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department Stores
6412 General Stores
6413 Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and Stationery Stores
6521 Florist Shops
6522 Lawn and Garden Centres
6531 Hardware Stores
6532 Paint, Glass and Wallpaper Stores
6581 Toy and Hobby Stores
6582 Gift, Novelty and Souvenir Stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting Goods Stores
6542 Bicycle Shops
6551 Musical Instrument Stores
6552 Record and Tape Stores
6561 Jewellery Stores
6562 Watch and Jewellery Repair Shops
6571 Camera and Photographic Supply Stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor Stores
6022 Wine Stores
6023 Beer Stores
6591 Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.
6592 Opticians' Shops
6593 Art Galleries and Artists' Supply Stores
6594 Luggage and Leather Goods Stores
6595 Monument and Tombstone Dealers
6596 Pet Stores
6597 Coin and Stamp Dealers
6598 Mobile Home Dealers
6599 Other Retail Stores, n.e.c.

6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (réparations générales)
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Lave-autos
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons
6412 Magasins généraux
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

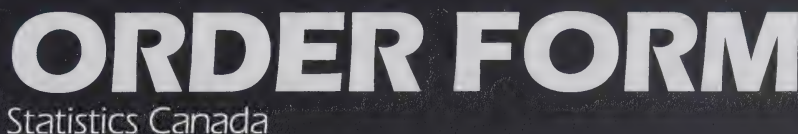
6511 Librairies et papeteries
6521 Fleuristes
6522 Centres de jardinage
6531 Quincailleries
6532 Magasins de peinture, de verre et de papier peint
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport
6542 Magasins de bicyclettes
6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Bijouteries
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux
6022 Magasins de vin
6023 Magasins de bière
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticiens
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



Canada

Statistique Canada

PF 093238

Canada

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the **Canadian Composite Leading Indicator** (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard. Via Internet: order@statcan.ca

Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique** annuel à titre gracieux.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'**Indicateur composite avancé** (n° 11F0008XFE au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

Canada: A Portrait

A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of *Sweetgrass*, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

From the important to the whimsical...

Canada: A Portrait presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

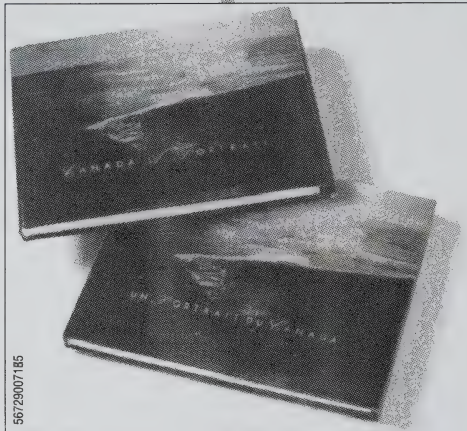
The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

Share the **Canada: A Portrait** experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

Canada: A Portrait is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.



Un portrait du Canada

Un voyage mémorable à travers le Canada

Un portrait du Canada captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé *Sweetgrass*, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

De l'important au fantaisiste...

Un portrait du Canada vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâtez le poulis des différentes régions du Canada. Fouillez au coeur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font de **Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

Un portrait du Canada est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ, et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.



Catalogue no. 63-236-XPB

Wholesaling and Retailing in Canada

1995

N° 63-236-XPB au catalogue

Les commerces de gros et de détail au Canada

1995



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not publishable or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Division
- **J. Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, Division des statistiques du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division des statistiques du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce
- **J. Smith**, chef, section du commerce de gros, Division des statistiques du commerce.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

Table of Contents

	Page
Highlights	7
Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey	9
For Further Reading	11
Annual Review - Wholesale Trade	13
Annual Review - Retail Trade	19
Table	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995	27
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995	27
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995	28
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995	28
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1995	29
3.2 Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1995	30
3.3 Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, 1995	31
3.4 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1995	32
3.5 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1995	33
3.6 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1995	34

Table des matières

	Page
Faits saillants	7
Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail	9
Lectures suggérées	11
Revue annuelle - Commerce de gros	13
Revue annuelle - Commerce de détail	19
Tableau	
1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1985-1995	27
1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1985-1995	27
2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995	28
2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995	28
3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1995	29
3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1995	30
3.3 Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, 1995	31
3.4 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1995	32
3.5 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1995	33
3.6 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1995	34

Table of Contents - Continued**Table des matières - suite**

3.7 Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1995	35	3.7 Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1995	35
3.8 Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1995	36	3.8 Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1995	36
3.9 Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995	37	3.9 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1995	37
3.10 Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995	38	3.10 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1995	38
3.11 Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1995	39	3.11 Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1995	39
3.12 Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1995	40	3.12 Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1995	40
3.13 Wholesale Trade - Grains, Canada, 1995	41	3.13 Commerce de gros - Céréales, Canada, 1995	41
3.14 Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1995	42	3.14 Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1995	42
4.1 Retail Trade - All Groups, Canada, 1995	43	4.1 Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1995	43
4.2 Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1995	44	4.2 Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1995	44
4.3 Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1995	45	4.3 Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1995	45
4.4 Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1995	46	4.4 Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1995	46
4.5 Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1995	47	4.5 Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1995	47
4.6 Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1995	48	4.6 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1995	48
4.7 Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1995	49	4.7 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1995	49
4.8 Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1995	50	4.8 Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1995	50
4.9 Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1995	51	4.9 Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1995	51

Table of Contents - Continued

Table des matières - suite

4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1995	52	4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1995	52
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1995	53	4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1995	53
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1995	54	4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1995	54
4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1995	55	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1995	55
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1995	56	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1995	56
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1995	57	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1995	57
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1995	58	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1995	58
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1995	59	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1995	59
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995	60	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995	60
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995	60	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995	60
6.1 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995	61	6.1 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995	61
6.2 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995	64	6.2 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995	64
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1995	67	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1995	67
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1995	68	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1995	68

Table of Contents - Concluded		Table des matières - fin	
9.0 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1989-1995	69	9.2 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1989-1995	69
Methodology	71	Méthodologie	71
Data Quality	75	Qualité des données	75
Supplementary Table		Tableau supplémentaire	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1995	79	1.1 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1995	79
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1995	79	1.2 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoire, 1995	79
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1995	80	2.1 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1995	80
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1995	80	2.2 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1995	80
Special Requests	81	Demandes spéciales	81
Glossary	83	Glossaire	83
Appendix I - Questionnaire	87	Appendice I - Questionnaire	87
Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1995	91	Appendice II - Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1995	91
Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1995	93	Appendice III - Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1995	93

Highlights

Retailers' and Wholesalers' activities continued to improve during 1995, at the rate of 4.1% and 8.7% respectively, despite weak domestic markets. Retail revenues rose to \$217.4 billion while Wholesale revenues, spurred by the exporting sectors, advanced to \$307.0 billion.

The Retail Trade sector accounted for 46.6% of total consumer expenditures in Canada during 1995 (Table 1.2 page 25), continuing the trend of slight but steady annual increases since 1992. The contribution to Gross Domestic Product by the Wholesale Trade sector has increased while the Retail Trade sector has remained steady since 1992.

Employment in the Retail Trade sector increased 2.6% to 1,444,087 in 1995, while the number of persons employed in the Wholesale Trade sector rose by 5.9% to 647,410.

The Other Products and Petroleum sectors led wholesaling activity with year over year revenue gains of 17.6% and 15.2% respectively. The Automotive sector continued to drive growth in Retail Trade, accounting for 36.1% of all retail revenue, with the Clothing sector posting the highest rate of change of 8.5%. Wholesaling of Lumber and Building Materials posted the only revenue decline of 1.1% in 1995, while all retail sectors increased, with the Food sector generating the lowest gain of 0.1%.

Regionally, Western Canada was the most prosperous for retailers with 6.4% growth in revenue, with rates declining rapidly eastward across the country to 2.9% in Atlantic Canada. Wholesalers in the Prairie Provinces enjoyed the highest increases amongst the regions (13.8%), well above the Canadian rate of 8.7%.

The sluggish domestic economy pressured overall Retail sector gross margins down 0.5% from 27.3% in 1994, to 26.9% in 1995, despite continued gross margin increases in the Automotive and Clothing sectors. Similarly, the gross margins amongst wholesalers declined slightly from the 1994 level of 21.2% to 21.0% in 1995. Retail profit margins were also suppressed by 0.5% to 4.5% nationally, with only Department Stores experiencing a net loss from

Faits saillants

En dépit de la faiblesse des marchés intérieurs, l'activité des détaillants et des grossistes a continué de s'améliorer en 1995 (gains de 4.1% et de 8.7%, respectivement). Les recettes des détaillants ont atteint \$217.4 milliards tandis que celles des grossistes, stimulées par les secteurs à vocation exportatrice, se sont chiffrées à \$307.0 milliards.

En 1995, le secteur du commerce de détail a représenté 46.6% des dépenses totales des consommateurs au Canada (tableau 1.2, page 25); le mouvement de hausses annuelles légères mais constantes amorcé en 1992 s'est donc maintenu. La contribution du secteur du commerce de gros au produit intérieur brut a augmenté tandis que celle du secteur du commerce de détail est demeurée stable depuis 1992.

L'emploi dans le secteur du commerce de détail a crû de 2.6% en 1995, pour atteindre 1,444,087; dans le secteur du commerce de gros, le nombre de personnes occupant un emploi a augmenté de 5.9%, passant à 647,410.

Chez les grossistes, les secteurs des produits divers et du pétrole ont mené le bal, enregistrant des gains annuels respectifs de 17.6% et de 15.2% au chapitre des recettes. Du côté des détaillants, c'est le secteur de l'automobile qui a donné le ton (36.1% de l'ensemble des recettes des détaillants); le taux de variation le plus élevé (8.5%) a été enregistré par le secteur des vêtements. En 1995, les grossistes de bois et de matériaux de construction sont les seuls dans le secteur du commerce de gros à avoir été témoins d'une baisse de leurs recettes (-1.1%). Dans le secteur du commerce de détail, tous les groupes de commerce ont déclaré une régression, le gain le plus modeste (0.1%) ayant été enregistré par les industries des aliments.

L'Ouest canadien a été la région la plus prospère pour les détaillants, la croissance des recettes atteignant 6.4%. Les taux de croissance ont diminué rapidement en allant vers l'est du pays; dans la région de l'Atlantique, le taux n'était plus que 2.9%. Les grossistes de la région des Prairies sont ceux qui ont affiché la plus forte croissance parmi les régions avec un taux de 13.8%, résultat nettement supérieur à la moyenne canadienne (8.7%).

La langueur de l'économie nationale a fait baisser de 0.5% la marge brute dans le secteur du commerce de détail, qui est passée de 27.3% en 1994 à 26.9% en 1995, et ce en dépit d'une amélioration constante des marges brutes dans les secteurs de l'automobile et des vêtements. De même, la marge brute des grossistes a légèrement diminué entre 1994 et 1995, passant de 21.2% à 21.0%. La marge de profit nette des détaillants a également diminué (-0.5%) à l'échelle nationale, pour d'établir à

operations of 0.19 of a percentage point. A similar story unfolded amongst wholesalers whose profit margins declined from 5.5% in 1994 to 5.0% in 1995, with wholesalers of Lumber and Building Materials reporting the only loss (-0.5%).

4.5%, alors que seuls les grands magasins ont subi une perte d'exploitation nette (-0.19 point). Le scénario a été le même chez les grossistes, dont la marge de profit était de 5.5% en 1994, s'élevait à 5.0% en 1995. Les grossistes de bois et de matériaux de construction ont été les seuls à signaler une perte d'exploitation (-0.5%).

Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

Introduction

This is the third edition of *Wholesaling and Retailing in Canada*. This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* and *Annual Retail Trade*. Its objective is to present information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

The New Survey

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of wholesalers and independent retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

This is the third year for which estimates based on the new methodology are published. The previous annual publications under the old methodology compiled estimates from both survey and administrative data. Survey data came from the Annual Wholesale Trade Survey (AWTS), covering all known wholesale merchants; the ARC for chain and department store organizations; and the Annual Retail Trade Survey (ARTS), covering all known independent retailers not covered by the ARC. Wholesale and retail operations under a certain revenue threshold were excluded from the survey. Administrative data came from income tax returns for corporations and unincorporated businesses.

Comparability

Changes in concepts and methodology and revisions of data made by respondent may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWT. The use of a sample-based survey also marks a break in the series from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the

Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

Introduction

Ceci est la troisième édition de *Les commerces de gros et de détail au Canada*. Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros et Commerce de détail annuel*. Son objectif est de présenter des données sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

La nouvelle enquête

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

C'est la troisième année que les estimations sont publiées selon la nouvelle méthodologie. Les publications annuelles précédentes, réalisées selon l'ancienne méthodologie, renfermaient des estimations produites à partir de données d'enquête et de données administratives. Les données d'enquête provenaient de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros (EACG), qui couvrait tous les grossistes connus; l'EAMS pour les organisations de magasins à succursales et de grands magasins; et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail (EACD), qui couvrait tous les détaillants indépendants connus qui n'étaient pas couverts par l'EAMS. Les exploitations de gros et de détail dont les revenus étaient inférieurs à un seuil déterminé étaient exclues de l'enquête. Les données administratives provenaient de déclarations d'impôt sur le revenu de sociétés et d'entreprises non constituées.

Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimations préliminaires qui sont révisées à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de

collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by about 1%.

The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

Revisions

1994 AWRTS data were not revised.

l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail d'environ 1%.

Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute. La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.

Révisions

Les données de 1994 de l'EACGD n'ont pas été révisées.

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

LECTURES SUGGÉRÉESChoisies parmi les publications de
Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Department Store Sales and Stocks, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-002-XPB	Ventes et stocks des grands magasins, <i>mensuel, bilingue.</i>
Retail Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-005-XPB	Commerce de détail, <i>mensuel, bilingue.</i>
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel, bilingue.</i>
Wholesale Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-008-XPB	Commerce de gros, <i>mensuel, bilingue.</i>
Retail Chain and Department stores, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, <i>annuel, bilingue.</i>
Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel, bilingue.</i>
Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-218-XPB	La vente directe au Canada, <i>annuel, bilingue.</i>
Retail Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	63-541-XPB	Enquête sur les marchandises vendues au détail, <i>hors série, bilingue.</i>
Interprovincial Wholesale Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	63-542-XPB	Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros, <i>hors série, bilingue.</i>

To order a publication, you may telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1-800-267-6677 (Canada and United States) toll free. If you order by telephone, written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet: order@statcan.ca. Vous pouvez aussi appeler sans frais (Canada et États-Unis) au 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue no. 11-204-XPE, price Canada: \$15.00, United States: US\$18.00, and Other Countries: US\$21.00.

N° 11-204-XPF au catalogue, prix Canada: 15 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Annual review - Wholesale Trade

Year 1995

Overall the total operating revenue posted by Canadian wholesalers during 1995 amounted to \$307.0 billion, an advance of 8.7% over that of 1994. This rate was considerably lower than the 11.2% increase during 1994. In terms of dollar value, 60% of the increase was concentrated within three trade groups of which Other Products accounted for the largest share (\$6.7 billion), followed by Petroleum Products (\$5.0 billion) and thirdly Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies (\$3.0 billion).

The year 1995 was characterized by a general economic slowdown. Demand for Canadian products was lower, the value of the Canadian dollar was higher, interest rates were rising, and the domestic market was sluggish while the U.S. economy was slowing down.

Weak spending by Canadian households, owing to their limited incomes and high level of indebtedness, slowed the sales directed to the Canadian consumers. Even though wholesalers' growth was weaker in 1995, foreign markets continued to be more favourable to wholesalers than the domestic market. Wholesalers are currently responsible for about 13% of our exports. The growth in exports, though slowing, combined with recent price increases helped push revenue up for those export driven industries.

As economic activity slowed in 1995, businesses tried to adapt mostly by reducing their costs. In Canada, this translated into restructuring and downsizing in businesses across all sectors. These important elements partly contributed in 1995 to some of the large fluctuations that were observed in various sectors.

Review by trade group

Wholesalers of Other Products, which accounted for the largest dollar increase in 1995, reported a 17.6% jump in sales over 1994. Pulp and paper, fertilizers and potash are some of the commodities found within this trade group for which sales were heavily influenced by foreign demand. Also, prices of a number of commodities included in this trade group, especially paper and paper products, newsprint and pulp, rose steadily during 1995, therefore contributing to the increase in revenue reported by these companies.

Revue annuelle - Commerce de gros

Année 1995

En 1995, les recettes totales d'exploitation des grossistes canadiens se sont chiffrées à \$307.0 milliards, soit une hausse de 8.7% par rapport à 1994. Ce taux est nettement inférieur à la progression enregistrée en 1994 (11.2%). En termes de valeur monétaire, trois groupes de commerce ont représenté 60% de l'augmentation, la part du lion allant au groupe des produits divers (\$6.7 milliards), suivi de celui des produits du pétrole (\$5.0 milliards) et de celui des machines, du matériel et des fournitures industriels et autres (\$3.0 milliards).

L'année 1995 a été caractérisée par un ralentissement économique général. La demande de produits canadiens a diminué, le dollar s'est apprécié, les taux d'intérêt se sont raffermis et le marché national a stagné alors que l'économie américaine a connu une baisse de régime.

Le faible niveau de dépenses des ménages canadiens, attribuable à leur revenu limité et à leur haut niveau d'endettement, a ralenti les ventes d'articles de consommation au Canada. Bien que les grossistes aient affiché une plus faible croissance en 1995, les marchés étrangers ont continué de leur être plus favorables que le marché intérieur. Le secteur du commerce de gros représente actuellement environ 13% de nos exportations. L'accroissement des exportations, quoique beaucoup plus lent, ainsi que les hausses de prix ont contribué à améliorer les ventes des secteurs axés sur l'exportation.

En 1995, les entreprises ont tenté de s'adapter au ralentissement économique surtout en réduisant leurs coûts. Au Canada, ce mouvement s'est traduit par des restructurations et des réductions d'effectifs dans tous les secteurs. Ces éléments importants expliquent en partie certaines des énormes fluctuations qui ont été observées dans divers secteurs en 1995.

Revue par groupe de commerce

Les grossistes du groupe «Divers», qui ont affiché la plus forte augmentation en termes de valeur monétaire en 1995, ont signalé une hausse de 17.6% de leurs ventes par rapport à 1994. Les pâtes et papiers, les engrais et la potasse comptent parmi les produits de ce groupe de commerce pour lesquels la demande étrangère a fortement influé sur les ventes. En outre, les prix d'un certain nombre de produits compris dans ce groupe de commerce, particulièrement le papier et les produits du papier, le papier journal et la pâte à papier, se sont constamment raffermis au cours de 1995, ce qui a contribué à la hausse des recettes d'exploitation des entreprises qui produisent ces biens.

Wholesalers of Beverage, Drug and Tobacco recorded a 14.6% increase in sales in 1995. A large part of the increase can be attributed to some classification changes and updates, which occurred between 1994 and 1995.

Sales by wholesalers of Petroleum posted strong growth in 1995, recording a jump of 15.2% over 1994. Amalgamations of operations along with classification changes were responsible for a large proportion of the increase within this group. Also in 1995, the growth in this group was partly attributable to a pick-up in energy prices in western Canada.

Wholesalers of Grain have posted strong sales for a second year in a row. Their 1995 sales increased 13.9% which follows a 21.3% increase in 1994. Within this trade group, sales were heavily influenced by foreign demand as exports accounted for more than 60% of all grain sales.

After leading the pack in recent years, wholesalers of Industrial Machinery, Equipment and Supplies reported a rise in revenue during 1995 of 8.6%, a much lower rise than the previously reported increase of 15.9% in 1994. This marked slowdown in sales throughout 1995, combined with decreases in manufacturers' machinery and equipment shipments seem to suggest that the bulk of the investment in equipment for retooling in the Canadian industrial sector is completed. On the other hand, wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery continued to report strong sales in 1995. This may suggest that businesses were still seeking further productivity gains by increasing their investment in new technologies and therefore contributing to the rise in computer sales and other related high-tech commodities. For example, the arrival in Canada of a number of discount, specialty and warehouse format stores since the early 1990's triggered an increase use of new information technologies as redesigned distribution activities or new "logistics" practices were being introduced across the country.

Wholesalers of Metals, Hardware and Plumbing and Heating Equipment and Supplies recorded a 2.2% increase in 1995. The rise in sales was largely attributable to the metals component, for which demand in 1995 remained good while prices moved upward.

Wholesalers of Motor Vehicles, Parts and Accessories reported a 6.3% gain in 1995 compared to a 14.4% increase in 1994. Much of the Canadian production of motor vehicles is exported to the U.S., so despite a marked slowdown of Canadian consumer spending in 1995, wholesaling of motor vehicles remained relatively healthy, benefitting from a more active American economy.

Les grossistes de boissons, de médicaments et de tabac ont vu leurs ventes faire un bond de 14.6% en 1995. Cette hausse est attribuable en grande partie à des changements de classification et à des mises à jour qui ont été effectués entre 1994 et 1995.

En 1995, les grossistes de pétrole ont connu une forte croissance, leurs ventes progressant de 15.2% par rapport à 1994. La hausse enregistrée par ce groupe découle en grande partie des fusions d'entreprises et des changements de classification. Le raffermissement des prix dans le secteur de l'énergie dans l'Ouest canadien est un deuxième facteur qui explique la croissance de ce groupe de commerce en 1995.

Les grossistes de grain ont été témoins d'une activité vigoureuse pour une deuxième année de suite, enregistrant un gain de 13.9% dans la foulée de l'avance de 21.3% signalée en 1994. La demande étrangère a fortement influé sur les ventes de ce groupe de commerce, dont les exportations ont représenté plus de 60% des recettes d'exploitation.

En 1995, les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels, qui étaient en tête du peloton depuis quelques années, ont signalé une augmentation de leurs recettes (8.6%) nettement inférieure à celle observée en 1994 (15.9%). Ce recul marqué des ventes tout au cours de 1995 ainsi que la diminution des livraisons de machines et de matériel par les fabricants semblent indiquer que la majeure partie des investissements consacrés à l'achat de matériel servant au réoutillage dans le secteur industriel au Canada ont été faits. Par ailleurs, les grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'équipements électroniques connexes ont signalé à nouveau de fortes ventes en 1995. Cette situation est peut-être une indication que les entreprises cherchaient encore à accroître leur productivité en investissant davantage dans les nouvelles technologies et pourrait expliquer la hausse des ventes d'ordinateurs et de produits connexes de haute technologie. Par exemple, l'implantation au Canada d'un certain nombre de magasins de rabais, spécialisés ou de type entrepôt depuis le début des années 90 s'est soldée par une utilisation accrue des nouvelles technologies de l'information au fur et à mesure que des activités de distribution restructurées ou une nouvelle logistique étaient mises en place à l'échelle du pays.

Les grossistes de métaux, d'articles de quincaillerie et de matériaux de plomberie et de chauffage ont enregistré une hausse de 2.2% de leurs ventes en 1995. Cette progression est attribuable en grande partie à l'élément métaux, pour lequel la demande est demeurée bonne malgré les hausses de prix.

Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ont affiché un gain de 6.3% en 1995 comparativement à une hausse de 14.4% en 1994. Comme une grande partie de la production canadienne de véhicules automobiles est exportée aux États-Unis, l'économie américaine, caractérisée par une plus forte activité, a permis aux ventes en gros de véhicules automobiles de demeurer relativement vigoureuses en 1995 malgré la baisse marquée des dépenses des consommateurs canadiens.

Sales by wholesalers of Household Goods and wholesalers of Lumber and Building Materials posted only small changes from 1994 to 1995, up 2.8% and down 1.1% respectively. As interest rates were rising in 1995, Canadian consumers restrained their spending on housing items due to job insecurity and even cutbacks in many instances.

Wholesalers of Food Products reported a small gain in 1995, increasing 1.8%. In the first part of the year, short supplies due to weather damage of U.S. crops and higher producer prices were main factors which affected sales levels.

Wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies posted a much lower rise in 1995, up 6.8% from 1994. Again, lower industrial investment spending may explain part of the weaker rise.

Sales by wholesalers to household consumers

The wholesaling industry in Canada is in constant transformation. In addition to services such as supply management, provision of information on new technologies, and product grading, wholesalers have expanded their customer base to include selling to household consumers. Increased competition has pushed wholesalers to diversify in order to remain competitive.

In 1995, sales made directly to households by wholesalers totalled \$12.6 billion. This represents 4.1% of total sales by wholesalers. Just under 40% of sales made to households by wholesalers came from building materials (32.3%) and computers and packaged software (7.5%).

Traditionally, sales in these two sectors were destined to non-household consumers. However, since the arrival of personal computers and warehouse-type building supplies stores, sales to households have been increasing. In 1995, 18.6% of sales by wholesalers of Building and Lumber Materials were made to households, up from 16.4% in 1994. Similarly, wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery saw their percentage of sales to households increase from 2.7% in 1994 to 4.6% in 1995.

Provincial review

Industrial activity differs significantly from one part of Canada to another, influenced by such factors as climate, population, proximity to markets, access to source of supply, transportation links, etc.

Les ventes des grossistes d'articles ménagers ainsi que de bois et de matériaux de construction n'ont guère varié par rapport à 1994 (hausse de 2.8% et baisse de 1.8%, respectivement). En 1995, dans un contexte de hausse des taux d'intérêt, les consommateurs canadiens ont restreint leurs achats d'articles ménagers en raison de leur insécurité sur le plan de l'emploi ou même, dans de nombreux cas, de la suppression de leur poste.

Les grossistes de produits alimentaires ont signalé un faible gain en 1995 (1.8%). Au cours du premier semestre, les pénuries engendrées par les dommages infligés par la nature aux récoltes aux États-Unis et le relèvement des prix à la production ont été les principaux facteurs qui ont influé sur les ventes.

En 1995, les grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles ont observé une hausse beaucoup moins élevée (6.8%) qu'en 1994. Encore une fois, la réduction des investissements dans le secteur industriel explique peut-être en partie cette faible hausse.

Ventes des grossistes aux ménages

Le secteur du commerce de gros au Canada est en constante transformation. En plus d'offrir des services tels que la gestion des approvisionnements, la diffusion de renseignements sur les nouvelles technologies et le classement des produits, les grossistes ont accru leur clientèle en vendant directement aux ménages. L'accroissement de la concurrence a amené les grossistes à diversifier leur activité afin de demeurer concurrentiels.

En 1995, les ventes directes des grossistes aux ménages ont totalisé \$12.6 milliards, soit 4.1% de l'ensemble de leurs ventes. Les matériaux de construction (32.3%) ainsi que les ordinateurs et les logiciels de série (7.5%) représentent un peu moins de 40% des ventes des grossistes aux ménages.

Traditionnellement, les ventes dans ces deux secteurs n'étaient pas destinées à des ménages. Cependant, depuis l'avènement de l'ordinateur personnel et du magasin de matériaux de construction de type entrepôt, les ventes aux ménages sont à la hausse. En 1995, les ménages ont représenté 18.6% des ventes des grossistes de bois et de matériaux de construction, soit une hausse par rapport au niveau enregistré en 1994 (16.4%). De même, les grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'autres équipements électroniques ont vu le pourcentage de leurs ventes aux ménages passer de 2.7% en 1994 à 4.6% en 1995.

Revue par province

L'activité industrielle diffère grandement d'une région du Canada à l'autre en raison de facteurs comme le climat, la population, la proximité des marchés, l'accès aux sources d'approvisionnement et les réseaux de transport.

On a provincial basis, Ontario (48.1%), Quebec (19.3%) and Alberta (17.7%) accounted for much of the growth in 1995. Of these three, both Ontario (10.9%) and Alberta (12.5%) reported a higher rate of increase than the Canadian average of 8.7%. A number of trade groups with strong performance in 1995 were concentrated within these two provinces. In comparison, sales by Quebec wholesalers resulted in a 7.9% increase in total operating revenue—slightly lower than the Canadian average— and a drop from 9.5% for the previous year.

Sales by Nova Scotia and Newfoundland wholesalers increased 20.6% and 11.6% respectively. Sales by New Brunswick wholesalers increased 7.0% while sales by Prince Edward Island wholesalers marginally decreased (-0.8%). Wholesalers of the Atlantic Provinces emerged from the recession of the early 1990s with contributions by most trade groups stimulated by the Hibernia Project and the construction of a fixed link between Prince Edward Island and the mainland. In 1995, the performance of the Food Products wholesalers improved strongly compared to 1994.

In western Canada, the rates of increase observed were quite uneven. British Columbia reported the only decline (-5.8%). In contrast, Manitoba, Saskatchewan and Alberta all posted higher growth rates than the Canadian average, up 16.3%, 14.5% and 12.5% respectively. Western Canada is known as having the largest concentration of wholesalers exporting to foreign markets and as foreign demand for Canadian product fluctuated in 1995, it affected each province differently. For example, a drop in construction activity in Canada and in the U.S. contributed to lower Canadian lumber sales and strongly affected British Columbia's economy, as a large part of Canada's lumber exports originate from this province.

Financial profile

Wholesalers' gross margin (the difference between revenues and cost of goods sold) as a percentage of total operating revenue was 21.0% in 1995, down slightly from 21.2% reported in 1994. As in 1994, wholesalers of Industrial Machinery, Equipment and Supplies reported the highest gross margins in 1995 with 28.8% followed by wholesalers of Apparel and Dry Goods (28.1%) and wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery (27.9%). Wholesalers of Grain (9.0%), Food Products (15.2%) and Petroleum Products (15.6%) recorded the three lowest margins.

Sur le plan provincial, l'Ontario, le Québec et l'Alberta ont représenté une grande partie de l'augmentation enregistrée en 1995, affichant respectivement des gains de 48.1%, 19.3% et 17.7%. Deux de ces trois provinces, soit l'Ontario (10.9%) et l'Alberta (12.5%), ont signalé un taux de croissance plus élevé que la moyenne canadienne (8.7%). En 1995, un certain nombre des groupes de commerce qui ont affiché un excellent rendement étaient concentrés dans ces deux provinces. À titre de comparaison, les grossistes du Québec ont vu leurs recettes totales d'exploitation progresser de 7.9%, soit une hausse légèrement inférieure à la moyenne canadienne et une baisse par rapport à l'avance signalée pour l'année précédente (9.5%).

Les ventes des grossistes de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve ont reculé de 20.6% et de 11.6%, respectivement. Celles des grossistes du Nouveau-Brunswick ont grimpé de 7.0% tandis que celles des grossistes de l'Île-du-Prince-Édouard ont légèrement fléchi (-0.8%). Les grossistes de la région de l'Atlantique sont sortis de la récession du début des années 90 grâce au concours de la plupart des groupes de commerce qui ont été stimulés par le projet Hibernia et l'aménagement d'un raccordement permanent entre l'Île-du-Prince-Édouard et le continent. En 1995, le rendement des grossistes de produits alimentaires s'est fortement amélioré par rapport à 1994.

Dans l'Ouest canadien, les taux de croissance observés ont été très variables. L'une des quatre provinces, soit la Colombie-Britannique, a signalé un repli (-5.8%). En revanche, le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta ont toutes trois affiché des taux de croissance supérieurs à la moyenne canadienne (16.3%, 14.5% et 12.5%, respectivement). L'Ouest canadien est réputé avoir la plus forte concentration de grossistes à vocation exportatrice. Les fluctuations de la demande de produits canadiens à l'étranger en 1995 ont eu des répercussions différentes sur chaque province. Par exemple, la baisse de régime du secteur de la construction au Canada et aux États-Unis a entraîné une diminution des ventes de bois canadien et a fortement ralenti l'économie de la Colombie-Britannique, étant donné qu'une grande partie des exportations de bois du Canada proviennent de cette province.

Profil financier

La marge brute des grossistes (différence entre les recettes et le coût des marchandises vendues), en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation, s'établissait à 21.0% en 1995, soit une légère baisse par rapport à 1994 (21.2%). Tout comme en 1994, ce sont les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels qui ont signalé la marge brute la plus élevée en 1995 (28.8%), suivis des grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (28.1%) et des grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'autres équipements électroniques (27.9%). Les grossistes de grain (9.0%), de produits alimentaires (15.2) et de produits du pétrole (15.6%) sont ceux qui ont affiché les plus faibles marges.

Operating profit for wholesalers (total operating revenue minus total operating expenses) as a percentage of total operating revenue was 5.0% in 1995 down from 5.5% reported in 1994. Wholesalers of Lumber and Building Materials reported the lowest operating profit in 1995 (- 0.5%) followed by wholesalers of Motor Vehicles, Parts and Accessories (1.5%) and wholesalers of Household Goods (2.5%).

Revenue to inventory ratio

The 1995 sales to inventory ratio increased to 8.9, meaning that wholesalers had to replace their inventory 8.9 times during the year to meet the demand. A combination of lower inventories and increased sales led to a rise in the ratio in 1995. An increase in the ratio means a quicker rate of inventory turnover and lower costs for wholesalers.

The highest ratios of sales to inventory were reported by wholesalers of Petroleum Products (21.6), Grain (21.5), and Food Products (15.3). Wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies (4.0), and Household Goods (5.4) and Apparel and Dry Goods (5.5) reported the lowest ratios.

Other Aspects

Employment among wholesalers, an important indicator of the standard of living that wholesale industries support, increased 5.9% in 1995. Some 35,800 new jobs were created, which is somewhat higher than the number reported for 1994. The share of wholesale employment to the total Canadian employment remained stable at 6.0%.

According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, in terms of weekly earnings, the wholesale average weekly income, including overtime, accounted for \$633.72. Excluding overtime it amounted to \$620.38.

Note

Because certain revisions were incorporated into the 1995 annual Wholesale Trade data, the figures are more in line with the true level of Wholesale Trade in Canada. Comparisons to previous year's data should be treated with caution.

En 1995, le bénéfice d'exploitation des grossistes (recettes totales d'exploitation moins les dépenses totales d'exploitation), en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation, s'établissait à 5.0%, soit une baisse par rapport à 1994 (5.5%). Les grossistes de bois et de matériaux de construction sont ceux qui ont déclaré le plus faible bénéfice d'exploitation en 1995 (-0.5%), suivis des détaillants de véhicules automobiles, pièces et accessoires (1.5%) et des grossistes d'articles ménagers (2.5%).

Ratio des recettes aux stocks

En 1995, le ratio des recettes aux stocks a augmenté à 8.9, ce qui signifie que les grossistes ont dû renouveler leurs stocks 8.9 fois au cours de l'année pour répondre à la demande. La diminution des stocks, jumelé à l'accroissement des ventes, a fait augmenter le ratio en 1995. Une hausse du ratio se traduit par un taux de rotation des stocks plus rapide et une diminution des coûts pour les grossistes.

Les ratios les plus élevés ont été signalés par les grossistes de produits du pétrole (21.6), de grain (21.5) et de produits alimentaires (15.3). Les grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles (4.0), d'articles ménagers (5.4) ainsi que de vêtements et d'articles de mercerie (5.5) sont ceux qui ont affiché les plus faibles ratios.

Autres aspects

En 1995, l'emploi chez les grossistes - indicateur important de la contribution du commerce de gros au niveau de vie - a augmenté de 5.9%. Quelque 35,800 nouveaux emplois ont été créés, soit un peu plus qu'en 1994. La proportion des emplois que représente le secteur du commerce de gros par rapport à l'ensemble des emplois au Canada est demeurée stable (6.0%).

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, la rémunération hebdomadaire moyenne dans le secteur du commerce de gros, si l'on tient compte des heures supplémentaires, s'élevait à \$633.72. Si l'on exclut les heures supplémentaires, elle se chiffrait à \$620.38.

Note

Les données sur le commerce de gros pour l'année 1995 ayant fait l'objet de certains redressements, les statistiques rendent compte plus fidèlement de la situation réelle dans ce secteur au Canada. Compte tenu de ces redressements, il y a lieu d'être prudent lorsqu'on établit des comparaisons avec les données publiées pour les années antérieures.

Annual Review - Retail Trade

The Retail Trade sector revenues accounted for 46.6% of total consumer expenditures in Canada during 1995 (Table 1.2 page 25). This proportion has increased slightly over the last three years, following annual decreases from 1988 to 1992 inclusive. The sector's contribution to Canada's gross domestic product has remained a steady 6.0% since 1991. Despite the nearly equal contribution to gross domestic product by the Wholesale and Retail Trade sectors, the Retail Trade sector has consistently employed more than twice the number of workers as Wholesale Trade. Employment in Retail Trade grew 2.6%, to 1,444,087 in 1995.

In 1995, Retailers' revenue increased 4.1% to \$217.4 billion (Text Table 1). This was the fourth consecutive annual increase. Growth was widespread across all major groups, led by the clothing sector (+8.5%) and the automotive sector (+6.6%). Women's clothing stores and other clothing stores sectors contributed most to the overall gain on a percentage basis at (+11.5%) and (+11.4%) respectively. The automotive sector gain was fuelled by gasoline service stations (+11.3%) with motor vehicle and recreational vehicle dealers climbing to (+6.9%) and automotive parts and accessories up (+1.6%). The food sector attained the smallest increase (+0.1%), with the slip by supermarkets and grocery stores (-1.1%) supported by the continued strength in the other food stores category (+16.5%).

Revue annuelle - Commerce de détail

En 1995, les recettes du secteur du commerce de détail ont représenté 46.6% des dépenses totales des consommateurs au Canada (tableau 1.2, page 25). Cette proportion s'est accrue légèrement au cours des trois dernières années, à la suite de plusieurs baisses annuelles (1988 à 1992, inclusivement). La contribution de ce secteur au produit intérieur brut du Canada demeure stable (6.0%) depuis 1991. Bien que le commerce de gros et le commerce de détail contribuent à peu près également au produit intérieur brut, le nombre d'employés dans le secteur du commerce de détail a toujours été plus de deux fois plus élevé que le nombre d'employés dans le secteur du commerce de gros. En 1995, l'emploi dans le secteur du commerce de détail a crû de 2.6%, pour atteindre 1,444,087.

En 1995, les recettes des détaillants ont augmenté de 4.1%, totalisant \$217.4 milliards (tableau descriptif 1). Il s'agissait de la quatrième hausse annuelle consécutive. Tous les principaux groupes de commerce ont affiché des gains. Le secteur des vêtements (+8.5%) et celui de l'automobile (+6.6%) ont donné le ton. Les magasins de vêtements pour dames et les autres magasins de vêtements sont ceux qui ont contribué le plus à l'augmentation totale, en termes de pourcentage (+11.5% et +11.4%, respectivement). L'accroissement observé dans le secteur de l'automobile est attribuable principalement aux stations-service (+11.3%) et, dans une moindre mesure, aux concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+6.9%) et aux détaillants de pièces et accessoires pour l'automobile (+1.6%). Le secteur de l'alimentation est celui qui a signalé la plus faible hausse (+0.1%), alors que les supermarchés d'alimentation et les épiceries ont connu une glissade (-1.1%) et que la catégorie des autres magasins d'alimentation a affiché une vigueur soutenue (+16.5%).

Text Table 1

Tableau explicatif 1

All major groups saw their revenues increase**Tous les groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter**

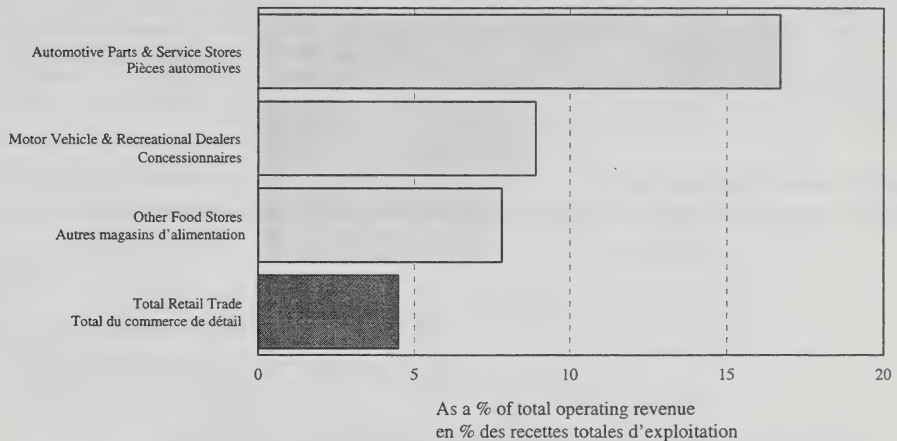
Major group Groupe majeur	1994 millions of dollars - millions de dollars	1995	% Change Chg en %
Food - Alimentation	54,340.7	54,428.8	0.1
Drugs - Médicaments	11,988.4	12,161.7	1.4
Clothing - Vêtements	12,137.9	13,165.8	8.5
Furniture - Meubles	10,969.5	11,304.9	3.0
Automotive - Automobiles	73,757.1	78,654.1	6.6
General Merchandise-Marchandises diverses	21,394.5	22,735.7	6.3
Other - Autres	24,267.8	24,902.2	2.6
Total All Groups - Total tous les groupes	208,855.9	217,353.2	4.1

Retailers continued to earn most of their revenue from the sales of goods purchased for resale (Chart 1), with less than 5.0% derived from other sources. Automotive parts, accessories and services stores continue to be the largest exception, with 16.7% of their revenue generated by other sources such as labour receipts from the repair and installation of goods.

La vente de marchandises destinées à la revente a continué de procurer aux détaillants la majeure partie de leurs recettes (graphique 1); en fait, moins de 5.0% des recettes provenaient d'autres sources. Les magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile, dont 16.7% des recettes proviennent d'autres sources (recettes de main-d'oeuvre que procurent la réparation et l'installation de biens, par exemple), demeurent la principale exception.

Chart 1
Graphique 1

Retail Trade, Other Operating Revenue
Commerce de détail, autres recettes d'exploitation



Automotive Sector Drives Revenue Increases

The gains were mainly the result of another year of solid growth in the automotive sector (recreational and motor vehicle dealers, gasoline service stations and automotive parts, accessories and services stores), which climbed a further 6.6% in 1995, and which accounted for 36.1% of all retail revenue. This was particularly evident in Alberta, Saskatchewan and Ontario in each of which the automotive sector accounted for 37.3% of total retail revenue. In Atlantic Canada, the automotive sector was slightly below the national average at 33.9%.

The clothing sector attained a 8.5% rate of growth this year with retail revenue comprising 6.0% of total retail revenue in current dollar terms, nationally in 1995, compared with 5.8% in 1994, mainly in the women's and other clothing stores sectors.

Le secteur de l'automobile remporte la course

Les gains enregistrés sont principalement le résultat d'une autre année de forte croissance dans le secteur de l'automobile (concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, stations-service, magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile), qui a encore une fois gagné du terrain (avance de 6.6%) et qui a représenté 36.1% de l'ensemble des recettes dans le secteur du commerce de détail en 1995. La croissance du secteur de l'automobile a été particulièrement remarquable en Alberta, en Saskatchewan et en Ontario; dans chacune de ces provinces, le secteur de l'automobile a représenté 37.3% de l'ensemble des recettes des détaillants. Dans la région de l'Atlantique, les recettes du secteur de l'automobile ont été légèrement inférieures à la moyenne nationale, s'établissant à 33.9%.

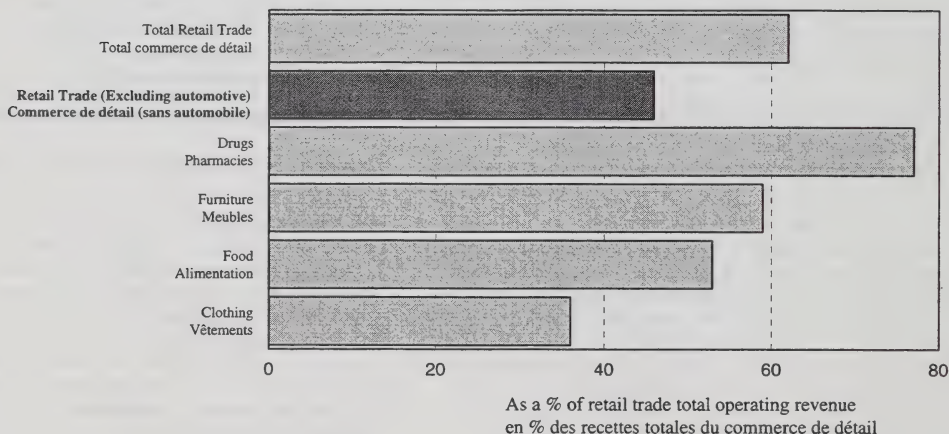
En 1995, le secteur des vêtements a affiché un taux de croissance de 8.5%. Les recettes de ce secteur ont représenté 6.0% de l'ensemble des recettes en termes de valeur monétaire à l'échelle nationale en 1995, comparativement à 5.8% en 1994. Les magasins de vêtements pour dames et les autres magasins de vêtements ont donné le ton.

Total revenue in the retail food sector was flat, with an increase of 0.1% nationally. While the other food stores trade group bolstered the sector with a 16.6% gain over the previous year, supermarkets and grocery stores slipped 1.1% from the 1994 level of \$50.5 billion to \$49.9 billion. The most significant drop was in Quebec (-7.9%) which followed three years of increases. This appears to reflect a consumer shift towards stores classified outside the food sector that also sell food and mostly affected independent grocers, some of whom closed stores or went bankrupt in 1995.

Les recettes totales des détaillants du secteur de l'alimentation ont à toutes fins pratiques stagné, une maigre avance de 0.1% ayant été signalée à l'échelle nationale. Alors que le groupe de commerce constitué des autres magasins d'alimentation a stimulé le secteur grâce à un gain de 16.6% par rapport à l'année précédente, les supermarchés d'alimentation et les épicerie ont vu leurs ventes passer de 50.5 milliards de dollars en 1994 à \$49.9 milliards en 1995, soit un recul de 1.1%. La glissade la plus notable a été observée au Québec (-7.9%), après trois années de résultats positifs. Les effets de cette baisse, qui semble attribuable aux achats des consommateurs dans des magasins en dehors du secteur de l'alimentation qui vendent néanmoins des aliments, ont surtout été ressentis par les épiciers indépendants, dont certains ont fermé leur porte ou déclaré faillite en 1995.

Chart 2
Graphique 2

Retail Independent Store Revenue
Revenus des magasins indépendants



Independents Remain Strong

Independents stores accounted for nearly 62% of all retail operating revenues in Canada in 1995. If the automotive sector is excluded, however, chain stores represented 54% of retail trade revenues, compared to 57% in 1994. The decrease is primarily accounted for by the shoe and clothing stores sector. Chain stores continue to dominate the shoe and clothing store sector, though their market share slipped in 1995.

Les indépendants demeurent forts

En 1995, les magasins indépendants ont compté pour près de 62% des recettes totales du secteur du commerce de détail au Canada. Cependant, si l'on exclut le secteur de l'automobile, les magasins à succursales ont représenté 54% des recettes du secteur du commerce de détail en 1995, comparativement à 57% en 1994. Cette baisse est principalement attribuable au secteur des magasins de chaussures et à celui des magasins de vêtements. Les magasins à succursales maintiennent leur domination dans les secteurs des magasins de chaussures et des magasins de vêtements, bien que leur part de marché ait diminué en 1995.

In Quebec, the market share held by independent food stores was a substantial 75.4%, and is over 1.5 times the comparable market share held by independent grocers in Ontario (50.9%), the largest market, and more than twice that of British Columbia (39.4%), the third largest market in Canada.

Higher Revenue in all Regions

Retailers' revenues in all provinces and territories grew in 1995, with the highest revenue gains in the Northwest Territories (+8.9%), Manitoba (+7.9%) and Prince Edward Island (+7.2%). The lowest increases occurred in Newfoundland (+2.3%), Quebec (+1.2%) and Nova Scotia (+1.1%).

Au Québec, la part de marché que détiennent les magasins d'alimentation indépendants (75.4%) est une fois et demie plus élevée qu'en Ontario (50.9%), le plus vaste marché, et plus de deux fois plus élevée qu'en Colombie-Britannique (39.4%), le troisième marché en importance au Canada.

Des recettes plus élevées dans toutes les provinces

En 1995, les recettes des détaillants ont augmenté dans l'ensemble des provinces et territoires. Les gains les plus notables ont été enregistrés dans les Territoires du Nord-Ouest (+8.9%), au Manitoba (+7.9%) et dans l'Île-du-Prince-Édouard (+7.2%). Les plus faibles augmentations ont été signalées à Terre-Neuve (+2.3%), au Québec (+1.2%) et en Nouvelle-Écosse (+1.1%).

Text Table 2

Tableau explicatif 2

Percentage Change - Retail Trade Total Operating Revenue by Province or Territory (\$ Millions) Commerce de détail par province ou territoire

	Retail Trade Commerce de détail	
	Market Prices 1995 Prix du marché 1995	Change 94/95 Variation 94/95
	millions of dollars - millions de dollars	%
Nfld. - T.-N.	3,534.5	2.3
P.E.I. - Î.-P.-É.	942.8	7.2
N.S. - N.-É.	6,489.5	1.1
N.B. - N.-B.	5,236.6	5.0
Que. - Qué.	51,547.1	1.2
Ont.	80,082.6	4.3
Man.	7,703.2	7.9
Sask.	6,679.4	2.6
Alta. - Alb.	23,085.7	6.5
B.C. - C.-B.	31,277.8	6.9
Yuk.	243.4	4.4
N.W.T. - T.-N.-O.	530.5	8.9
Canada	217,353.2	4.1

Slight Drop in Gross margins

Retailers recorded an overall gross margin of 26.9% of total operating revenue in 1995, a slight drop of 0.4% from 1994. Automotive parts, accessories and services recorded the highest gross margin in 1995 of 44.0%, up from 41.8% in 1994. Shoe and clothing stores continue to realize high gross margins, greater than 43% this year, compared with 42% in 1994. These high-margin sectors also had the highest expenses for employee earnings and

Légère baisse des marges brutes

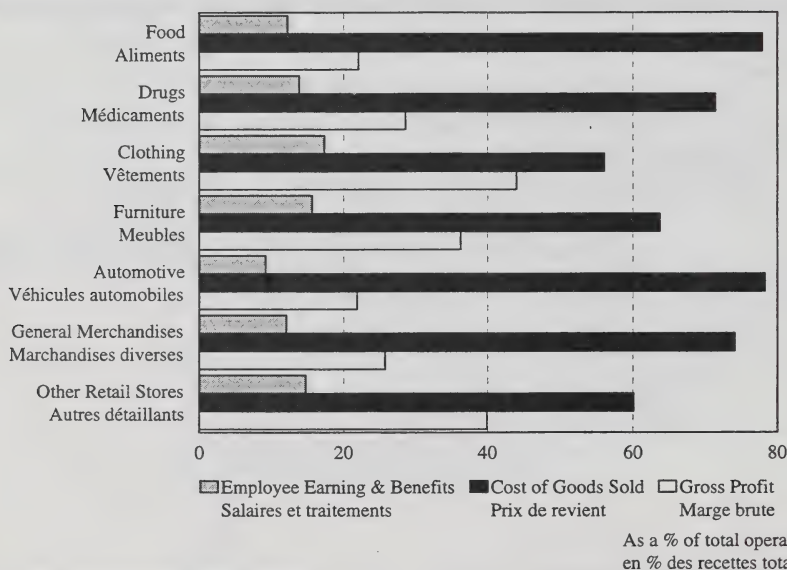
En 1995, la marge brute des détaillants représentait 26.9% de leurs recettes totales d'exploitation, soit une légère baisse (-0.4%) par rapport à 1994. Les détaillants de pièces, accessoires et services pour l'automobile sont ceux qui ont dégagé la meilleure marge brute en 1995 (44.4%) soit une hausse par rapport à 1994 (41.8%). Les magasins de chaussures et de vêtements sont demeurés très rentables, affichant cette année une marge supérieure à 43% comparativement à 42% en 1994. Les secteurs

benefits, as a percentage of total operating revenue, at 21.0% and 17.5% respectively. Alberta had the highest percentage of employee earnings and benefits to total operating revenue (13.1%), followed by British Columbia (12.9%) and Ontario and the Northwest Territories at 12.0% each. Nationally, employee earnings and benefits were 12.1% of total operating revenue, which has been consistent over the last three years.

des chaussures et des vêtements sont aussi ceux où les employés jouissent de la rémunération et des avantages sociaux les plus élevés, en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation (21.0% et 17.5%, respectivement). L'Alberta a été la province où la proportion que représentent la rémunération et les avantages sociaux des employés par rapport aux recettes totales d'exploitation s'est avérée la plus élevée (13.1%), suivie de la Colombie-Britannique (12.9%) puis de l'Ontario et des Territoires du Nord-Ouest (12.0% dans chaque cas). Sur le plan national, la rémunération et les avantages sociaux des employés ont représenté 12.1% des recettes totales d'exploitation, ce qui correspond à la situation observée au cours des trois dernières années.

Chart 3
Graphique 3

Retailers' Expenses, Canada, 1995
Coûts des détaillants, Canada, 1995



Profitability

Retailers in all trade groups except department stores, realized positive profit margins. Canadian retailers attained an overall 4.5% profit margin this year, down 0.5 percentage points from the previous year. The most profitable trade groups (excluding other retail stores, which includes the liquor, wine and beer stores) were shoe stores and gasoline service stations. Shoe stores gained an additional 2.3 percentage points in operating profit over 1994, to 9.4%, while gasoline service stations profit margin slipped 1.1 percentage points to 6.7% in 1995.

Rentabilité

Les détaillants dans tous les groupes de commerce, sauf les grands magasins, ont affiché une marge de profit positive. En 1995, la marge de profit des détaillants canadiens a été de 4.5%, soit une baisse de 0.5% par rapport à l'année précédente. Les groupes de commerce les plus rentables (si l'on exclut la catégorie «Autres détaillants», qui comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière) ont été les magasins de chaussures et les stations-service. En 1995, les magasins de chaussures ont réalisé un bénéfice d'exploitation s'établissant en pourcentage à 9.4%, soit 2.3 points de plus que celui enregistré en 1994, tandis que la marge de profit des stations-service a régressé de 1.1 point en 1995, s'établissant à 6.7%.

Over the last three years, other durable goods retailers (including sporting goods stores and jewellery stores) had the highest level of inventory with a 2.9 revenue to inventory ratio. Gasoline service stations, motor and recreational vehicle dealers, supermarkets and grocery stores and all other food stores turned over their inventory more than 15 times a year.

There were 177,237 retail stores in Canada in 1995, with automotive parts, accessories and service stores, and supermarkets and grocery stores the only trade groups with more than 20,000 retail outlets. Ontario had almost 60,000 outlets, followed by Quebec with almost 49,000.

Employment

According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, at December 31, 1995, Retail trade provided 13.4% of total employment in Canada, with average weekly earnings of \$342.60 (including overtime; \$339.13 excluding overtime). In comparison, Wholesale trade average weekly earnings were \$633.72 (including overtime; \$620.38 excluding overtime), while providing 6.0% of total employment in Canada. A major reason for the differences in average weekly earnings is the result of a higher proportion of part-time employment in the Retail sector.

Au cours des trois dernières années, ce sont les détaillants de biens durables (y compris les magasins d'articles de sport et les bijouteries) qui ont affiché le plus haut ratio des recettes aux stocks (2.9). Les stations-service, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, les supermarchés d'alimentation et les épiceries ainsi que tous les autres magasins d'alimentation ont renouvelé leurs stocks plus de 15 fois dans l'année.

En 1995, le Canada comptait 170,237 magasins de vente au détail. Les magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile et les supermarchés d'alimentation et les épiceries étaient les deux seuls groupes de commerce ayant plus de 20,000 points de vente. L'Ontario comptait près de 60,000 points de vente et le Québec près de 49,000.

Emploi

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, le secteur du commerce de détail représentait, au 31 décembre 1995, 13.4% de l'ensemble des emplois au Canada. La rémunération hebdomadaire moyenne dans ce secteur s'établissait à \$342.60 (si l'on inclut les heures supplémentaires; \$339.13, si l'on exclut les heures supplémentaires). À titre de comparaison, la rémunération hebdomadaire moyenne du secteur du commerce de gros se chiffrait à \$633.72 (si l'on inclut les heures supplémentaires; \$620.38, si l'on exclut les heures supplémentaires). Ce secteur représentait 6.0% de l'ensemble des emplois au Canada. Les différences au chapitre de la rémunération hebdomadaire moyenne tiennent principalement au fait que la proportion des emplois à temps partiel est plus forte dans le secteur du commerce de détail.

Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995
Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1985-1995

Year	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures ¹ (in millions of current dollars)	Total Canadian Exports ² (in millions of current dollars)	Percent of Wholesale Sales Exported	Wholesale Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars)	Wholesale Trade as a % of GDP	Employment in Wholesale Trade ⁴ at Dec 31/95
Année	Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars courants)	Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations ¹ (en millions de dollars courants)	Exportations ² totales du Canada (en millions de dollars courants)	Pourcentage des ventes du commerce de gros en exportation	Contribution du commerce de gros au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Commerce de gros en % du PIB	Emploi dans le commerce de gros ⁴ le 31 Déc/95
1985	183,560	1,032	119,474	11.6	21,766	5.0	532,938
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,312	5.2	549,718
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,132	5.3	578,854
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	26,972	5.5	599,596
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	28,111	5.6	605,101
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	28,435	5.6	631,916
1991	232,412	2,339	146,006	10.7	27,692	5.6	587,170
1992	237,468	2,752	162,823	10.9	27,985	5.6	591,057
1993 ⁵	253,956	2,583	187,515	11.3	29,510	5.8	581,214
1994	282,438	2,570	226,495	10.9	32,232	6.1	611,592
1995	307,043	3,424	264,306	10.8	33,172	6.1	647,410

¹ Source: Private and Public Investment in Canada (61-205).

² Source: Summary of Canadian International Trade (65-001).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

⁵ Since 1993, data are not comparable to previous years.

¹ Source: Investissements publics et privé au Canada (61-205).

² Source: Sommaire du commerce international du Canada (65-001).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

⁵ Depuis 1993, les données ne sont pas comparable aux années précédentes.

Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995
Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1985-1995

Year	Population of Canada ¹ (in thousands)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Consumer Expenditures ² (in millions of current dollars)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures	Retail Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars)	Retail Trade as a % of GDP	Employment in Retail Trade ⁴ at Dec 31/95
Année	Population du Canada ¹ (en milliers)	Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars courants)	Dépenses des consommateurs ² (en millions de dollars courants)	Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Contribution du commerce de détail au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Commerce de détail en % du PIB	Emploi dans le commerce de détail ⁴ le 31 Déc/95
1985	25,942	141,346	274,100	51.6	27,375	6.2	1,285,004
1986	26,204	152,880	297,478	51.4	28,269	6.3	1,380,592
1987	26,550	167,939	322,769	51.8	29,929	6.3	1,408,588
1988	26,895	180,545	349,937	51.6	30,855	6.3	1,440,597
1989	27,379	188,160	378,933	49.7	31,613	6.3	1,509,944
1990	27,791	192,555	399,315	48.2	30,895	6.1	1,532,020
1991	28,120	181,209	411,960	44.0	29,292	5.9	1,412,591
1992	28,542	185,049	422,515	43.8	29,643	6.0	1,367,780
1993	28,947	195,608	436,542	44.8	30,469	6.0	1,383,860
1994	29,256	208,856	452,444	46.2	32,029	6.0	1,407,055
1995	29,615	217,353	465,970	46.6	32,322	6.0	1,444,087

¹ Source: Quarterly Demographic Statistics (91-002).

² Source: National Income and Expenditure Accounts (13-201).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

¹ Source: Statistiques démographiques trimestrielles (91-002).

² Source: Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995**Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food Products - Produits alimentaires	44,137	14.37
Beverage, Drug and Tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	18,086	5.89
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	6,044	1.97
Household Goods - Articles ménagers	7,883	2.57
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	27,210	8.86
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,924	6.16
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046	7.18
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379	2.08
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	38,082	12.40
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	20,655	6.73
Other Products - Produits divers	45,059	14.68
Grain - Céréales	14,722	4.79
Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816	12.32
All Groups - Tous les groupes	307,043	100.00

Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995**Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	49,975	22.99	20,925
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,454	2.05	9,433
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,162	5.60	7,254
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722	0.79	3,695
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707	0.79	2,914
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,443	2.04	10,431
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,294	2.44	8,716
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,887	4.09	9,840
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418	1.11	4,523
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	50,769	23.36	8,441
Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786	7.26	15,776
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	5.57	24,625
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736	10.46	6,459
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,310	3.36	16,301
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,940	2.73	12,021
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,653	5.36	15,883
All Stores - Total, ensemble des magasins	217,353	100.00	177,237

Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1995
Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	285,452	92.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	1,147	0.37
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	12,273	3.99
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	4,929	1.61
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,243	1.06
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	21,592	7.03
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	307,043	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	242,509	78.98
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	32,931	10.73
Add: Purchases - Plus: Achats	245,307	79.89
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	35,729	11.64
Gross Margin - Marge brute	64,534	21.02
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	24,867	8.10
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	24,289	7.91
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	291,665	94.99
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	15,378	5.01

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	963	3,135	2,401	734	242
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	308	731	562	169	64
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,813	7,099	5,388	1,711	595
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,231	4,422	3,400	1,022	349
Quebec - Québec	12,482	64,501	50,445	14,056	5,768
Ontario	18,169	120,662	93,552	27,109	10,871
Manitoba	2,459	17,631	14,837	2,795	876
Saskatchewan	2,781	12,425	10,203	2,222	721
Alberta	6,643	39,252	32,518	6,734	2,419
British Columbia - Colombie-Britannique	7,325	36,729	28,884	7,845	2,916
Yukon Territory - Territoire du Yukon	88	194	137	57	21
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	127	261	182	79	26
Total Canada	54,389	307,043	242,509	64,534	24,867

Table 3.2. Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1995

Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	41,383	93.76
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	133	0.30
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,972	4.47
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	38	0.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	611	1.38
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	2,754	6.24
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	44,137	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	37,428	84.80
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,851	6.46
Add: Purchases - Plus: Achats	37,502	84.97
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,925	6.63
Gross Margin - Marge brute	6,709	15.20
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,562	5.80
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,708	6.14
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	42,698	96.74
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,439	3.26

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	107	1,124	930	194	59
Prince Edward Island - Ile-du-Prince-Édouard	47	238	193	45	13
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	324	2,052	1,667	385	127
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	128	874	729	145	38
Quebec - Québec	1,152	13,216	11,616	1,600	654
Ontario	1,291	15,787	13,032	2,754	1,004
Manitoba	146	1,608	1,401	208	93
Saskatchewan	124	1,820	1,618	202	99
Alberta	243	3,477	3,020	457	192
British Columbia - Colombie-Britannique	545	3,923	3,206	717	281
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,119	44,137	37,428	6,709	2,562

Table 3.3. Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1995

Tableau 3.3. Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	16,474	91.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	132	0.73
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,257	6.95
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	44	0.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	178	0.98
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,611	8.91
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,086	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	13,374	73.95
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,703	9.42
Add: Purchases - Plus: Achats	13,530	74.81
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,859	10.28
Gross Margin - Marge brute	4,711	26.05
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,514	8.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,855	10.26
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	16,744	92.58
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,342	7.42

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	62	363	293	70	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	15	275	201	74	21
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	31	295	241	54	21
Quebec - Québec	283	4,445	3,149	1,296	414
Ontario	494	8,618	6,498	2,120	789
Manitoba	64	690	518	172	32
Saskatchewan	24	370	204	166	26
Alberta	36	980	863	117	40
British Columbia - Colombie-Britannique	143	2,000	1,384	616	147
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	17	8	9	1
Total Canada	1,167	18,086	13,374	4,711	1,514

Table 3.4. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1995
Tableau 3.4. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,858	96.92
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	31	0.52
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	148	2.44
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	0	0.01
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7	0.11
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	186	3.08
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	6,044	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,344	71.88
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,052	17.40
Add: Purchases - Plus: Achats	4,449	73.61
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,157	19.14
Gross Margin - Marge brute	1,700	28.12
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	566	9.36
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	648	10.72
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,559	91.96
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	486	8.04

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	10	19	14	5	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	20	18	13	5	2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	836	3,007	2,203	804	293
Ontario	608	2,304	1,621	682	194
Manitoba	39	80	61	19	10
Saskatchewan	10	14	10	4	2
Alberta	79	143	100	43	17
British Columbia - Colombie-Britannique	176	418	291	127	43
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	1,789	6,044	4,344	1,700	566

Table 3.5. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1995
Tableau 3.5. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,398	93.84
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	9	0.12
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	420	5.32
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	50	0.63
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7	0.09
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	486	6.16
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	7,883	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,032	76.52
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,487	18.86
Add: Purchases - Plus: Achats	5,987	75.95
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,442	18.29
Gross Margin - Marge brute	1,851	23.48
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	763	9.67
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	890	11.30
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,685	97.49
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	198	2.51

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	-	-	-	-	-
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	46	82	64	18	6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	17	51	41	10	5
Quebec - Québec	378	2,224	1,739	485	205
Ontario	625	3,638	2,825	813	346
Manitoba	34	106	79	27	11
Saskatchewan	33	105	90	15	8
Alberta	137	559	410	149	46
British Columbia - Colombie-Britannique	277	1,077	751	326	132
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	16	9	7	2	1
Total Canada	1,577	7,883	6,032	1,851	763

Table 3.6. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1995
Tableau 3.6. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	25,671	94.35
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	17	0.06
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	858	3.15
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	636	2.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	28	0.10
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,539	5.65
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	27,210	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	22,243	81.75
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,705	13.62
Add: Purchases - Plus: Achats	22,909	84.19
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,371	16.06
Gross Margin - Marge brute	4,967	18.25
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,286	8.40
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,262	8.31
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	26,792	98.46
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	419	1.54

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	105	181	128	53	20
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	39	26	18	8	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	96	331	261	70	19
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	163	526	405	121	54
Quebec - Québec	1,000	5,065	4,021	1,044	443
Ontario	1,725	14,807	12,546	2,261	1,106
Manitoba	252	1,037	799	238	117
Saskatchewan	158	387	271	116	59
Alberta	572	1,987	1,489	498	243
British Columbia - Colombie-Britannique	653	2,852	2,299	553	219
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,775	27,210	22,243	4,967	2,286

Table 3.7. Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.7. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement	in millions of dollars	as % of total operating revenue
État des résultats	en millions de dollars	en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	18,144	95.88
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	26	0.14
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	618	3.27
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	82	0.43
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	54	0.28
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	780	4.12
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,924	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,997	79.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,611	13.80
Add: Purchases - Plus: Achats	15,187	80.25
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,800	14.80
Gross Margin - Marge brute	3,927	20.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,754	9.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,205	6.37
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	17,956	94.89
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	967	5.11

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions	Number of Locations	Total Operating Revenue	Cost of Goods Sold	Gross Margin	Employee Earnings and Benefits
Régions	Nombre d'emplacements	Recettes d'exploitation totales	Prix de revient	Marge brute	Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	48	96	78	18	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	84	344	249	95	34
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	116	268	207	61	26
Quebec - Québec	522	4,391	3,689	702	352
Ontario	1,364	8,516	6,559	1,957	874
Manitoba	112	488	377	111	47
Saskatchewan	111	331	246	85	42
Alberta	404	1,688	1,319	369	159
British Columbia - Colombie-Britannique	517	2,749	2,229	520	208
Yukon Territory - Territoire du Yukon	15	22	16	6	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	3,305	18,924	14,997	3,927	1,754

Table 3.8. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1995
Tableau 3.8. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	21,085	95.64
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	107	0.49
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	678	3.08
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	60	0.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	116	0.52
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	962	4.36
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	22,046	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	17,713	80.34
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,227	14.64
Add: Purchases - Plus: Achats	17,752	80.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,266	14.81
Gross Margin - Marge brute	4,333	19.66
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,058	9.34
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,389	10.83
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,160	100.51
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	(113)	-0.51

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	141	275	217	58	28
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	29	71	56	15	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	178	593	470	123	58
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	116	377	303	74	33
Quebec - Québec	931	4,021	3,098	923	439
Ontario	1,480	6,966	5,474	1,492	754
Manitoba	194	857	681	176	80
Saskatchewan	240	603	471	132	55
Alberta	526	2,209	1,821	388	204
British Columbia - Colombie-Britannique	619	6,018	5,086	932	391
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,473	22,046	17,713	4,333	2,058

Table 3.9. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.9. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,951	93.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	28	0.44
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	139	2.18
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	209	3.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	52	0.82
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	428	6.71
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	6,379	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,112	80.13
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,488	23.33
Add: Purchases - Plus: Achats	5,356	83.96
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,732	27.16
Gross Margin - Marge brute	1,267	19.87
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	469	7.35
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	322	5.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,903	92.53
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	476	7.47

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Ile-du-Prince-Édouard	23	62	47	15	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	48	94	74	20	7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	381	818	490	328	71
Ontario	502	1,481	1,175	306	134
Manitoba	144	1,377	1,195	182	78
Saskatchewan	311	1,516	1,301	215	82
Alberta	257	747	609	138	65
British Columbia - Colombie-Britannique	69	238	186	52	22
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	1,759	6,379	5,112	1,267	469

Table 3.10. Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.10. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	33,365	87.61
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	108	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	2,138	5.61
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,852	4.86
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	620	1.63
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	4,717	12.39
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	38,082	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	27,119	71.21
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,203	16.29
Add: Purchases - Plus: Achats	27,838	73.10
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	6,921	18.17
Gross Margin - Marge brute	10,963	28.79
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,150	13.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	3,616	9.49
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	35,885	94.23
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,197	5.77

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	205	415	303	112	51
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	43	70	50	20	11
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	440	1,418	992	426	176
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	177	601	435	166	71
Quebec - Québec	2,483	7,604	5,267	2,337	1,040
Ontario	4,033	16,043	11,428	4,615	2,218
Manitoba	403	1,006	715	291	154
Saskatchewan	336	820	582	238	98
Alberta	1,466	5,101	3,814	1,287	651
British Columbia - Colombie-Britannique	1,499	4,900	3,470	1,430	664
Yukon Territory - Territoire du Yukon	14	52	34	18	8
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	21	52	29	23	8
Total Canada	11,120	38,082	27,119	10,963	5,150

Table 3.11. Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1995**Tableau 3.11. Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1995****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	16,799	81.33
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	211	1.02
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,135	5.49
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,684	8.15
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	826	4.00
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,856	18.67
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	20,655	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,894	72.11
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,763	8.53
Add: Purchases - Plus: Achats	15,021	72.73
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,890	9.15
Gross Margin - Marge brute	5,761	27.89
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,863	13.86
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,908	9.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	19,665	95.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	990	4.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	65	49	33	16	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13	16	11	5	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	127	186	132	54	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	69	102	78	24	13
Quebec - Québec	1,096	5,200	3,783	1,417	843
Ontario	1,698	10,825	7,826	2,999	1,437
Manitoba	114	265	195	70	41
Saskatchewan	73	160	119	41	22
Alberta	580	1,621	1,055	566	221
British Columbia - Colombie-Britannique	643	2,211	1,648	563	245
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,491	20,655	14,894	5,761	2,863

Table 3.12. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1995
Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	41,657	92.45
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	253	0.56
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	2,846	6.32
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	124	0.28
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	179	0.40
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,402	7.55
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	45,059	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	33,938	75.32
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	4,337	9.62
Add: Purchases - Plus: Achats	34,594	76.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,993	11.08
Gross Margin - Marge brute	11,121	24.68
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,548	7.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,114	9.13
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	41,600	92.32
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	3,459	7.68

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	121	143	89	54	17
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	72	63	46	17	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	228	484	361	123	45
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	205	300	204	96	27
Quebec - Québec	2,620	8,809	6,728	2,081	780
Ontario	3,614	19,884	14,838	5,046	1,664
Manitoba	443	1,439	1,088	351	118
Saskatchewan	988	2,820	2,056	764	98
Alberta	1,483	3,926	2,749	1,177	351
British Columbia - Colombie-Britannique	1,862	7,173	5,766	1,407	440
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	5	4	1	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	13	9	4	1
Total Canada	11,657	45,059	33,938	11,121	3,548

Table 3.13. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1995
Tableau 3.13. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	14,531	98.71
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	7	0.04
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	42	0.29
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	88	0.60
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	54	0.37
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	191	1.29
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	14,722	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	13,401	91.03
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	711	4.83
Add: Purchases - Plus: Achats	13,347	90.66
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	658	4.47
Gross Margin - Marge brute	1,321	8.97
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	286	1.94
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	182	1.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	13,868	94.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	853	5.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	-	-	-	-	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	80	589	523	66	19
Ontario	81	1,315	1,198	117	51
Manitoba	171	8,110	7,271	839	73
Saskatchewan	69	2,979	2,802	177	100
Alberta	58	1,128	1,037	91	28
British Columbia - Colombie-Britannique	18	574	547	27	13
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	484	14,722	13,401	1,321	286

Table 3.14. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1995
Tableau 3.14. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	37,136	98.20
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	85	0.22
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	22	0.06
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	62	0.16
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	511	1.35
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	681	1.80
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	37,816	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	31,913	84.39
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,794	4.74
Add: Purchases - Plus: Achats	31,835	84.18
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,715	4.54
Gross Margin - Marge brute	5,903	15.61
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,050	2.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,188	5.79
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	35,151	92.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,665	7.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	84	438	290	148	27
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	31	135	104	31	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	205	1,216	899	317	72
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	176	929	678	251	53
Quebec - Québec	720	5,112	4,139	973	216
Ontario	654	10,478	8,532	1,946	301
Manitoba	343	568	457	111	23
Saskatchewan	304	500	433	67	30
Alberta	802	15,686	14,232	1,454	202
British Columbia - Colombie-Britannique	304	2,596	2,021	575	111
Yukon Territory - Territoire du Yukon	25	56	44	12	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	25	102	84	18	5
Total Canada	3,673	37,816	31,913	5,903	1,050

Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1995
Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	125,493	57.74
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	8,350	3.84
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	133,843	61.58
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	83,510	38.42
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	217,353	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	158,977	73.14
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	29,546	13.59
Add: Purchases - Plus: Achats	160,806	73.98
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	31,376	14.44
Gross Margin - Marge brute	58,377	26.86
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	26,217	12.06
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	22,339	10.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	207,532	95.48
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	9,821	4.52

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	3,911	3,534	2,619	915	376
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	974	943	693	250	99
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6,000	6,489	4,817	1,672	745
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	5,021	5,237	3,924	1,313	563
Quebec - Québec	48,753	51,547	38,138	13,409	5,998
Ontario	59,986	80,083	57,941	22,141	9,648
Manitoba	5,893	7,703	5,737	1,966	885
Saskatchewan	6,265	6,679	4,873	1,806	760
Alberta	17,168	23,086	16,961	6,124	3,024
British Columbia - Colombie-Britannique	22,783	31,278	22,760	8,518	4,027
Yukon Territory - Territoire du Yukon	197	243	168	75	29
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	286	531	343	188	64
Total Canada	177,237	217,353	158,977	58,377	26,217

Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1995
Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	24,752	49.53
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	285	0.57
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	25,038	50.10
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	24,937	49.90
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	49,975	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	39,603	79.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,571	5.14
Add: Purchases - Plus: Achats	39,685	79.41
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,653	5.31
Gross Margin - Marge brute	10,372	20.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,949	11.90
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,010	8.02
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	49,562	99.17
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	413	0.83

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	1,155	1,096	887	209	103
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	157	232	189	43	20
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	910	1,767	1,425	342	171
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	752	1,312	1,056	256	123
Quebec - Québec	6,695	13,147	10,646	2,501	1,299
Ontario	5,497	15,821	12,070	3,752	1,860
Manitoba	830	2,040	1,639	401	245
Saskatchewan	916	1,668	1,333	335	174
Alberta	1,705	5,579	4,457	1,121	851
British Columbia - Colombie-Britannique	2,255	7,121	5,763	1,358	1,081
Yukon Territory - Territoire du Yukon	18	74	53	20	8
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	35	119	86	33	13
Total Canada	20,925	49,975	39,603	10,372	5,949

Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1995**Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1995****Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,734	83.83
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	243	5.42
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,975	89.25
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	479	10.75
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,454	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,818	63.26
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	280	6.28
Add: Purchases - Plus: Achats	2,836	63.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	298	6.69
Gross Margin - Marge brute	1,636	36.74
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	736	16.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	626	14.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,179	93.83
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	275	6.17

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Note: Not reliable for this trade group. - **Nota:** Ne sont pas fiables pour ce groupe de commerce.

Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1995

Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,273	76.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	53	0.44
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	9,326	76.69
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,836	23.31
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,162	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	8,688	71.43
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,826	15.01
Add: Purchases - Plus: Achats	8,716	71.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,854	15.25
Gross Margin - Marge brute	3,474	28.57
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,694	13.93
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,258	10.35
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,640	95.51
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	522	4.29

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	177	276	199	77	38
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	35	71	50	20	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	211	504	368	136	69
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	182	433	309	124	59
Quebec - Québec	1,706	2,701	1,960	741	322
Ontario	2,863	4,805	3,386	1,419	689
Manitoba	215	310	223	87	45
Saskatchewan	393	331	239	93	45
Alberta	708	1,080	768	312	155
British Columbia - Colombie-Britannique	755	1,625	1,168	457	260
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	x	x	x	x
Total Canada	7,254	12,162	8,688	3,474	1,694

Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1995

Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	451	26.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2	0.13
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	453	26.29
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,269	73.71
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,722	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	957	55.61
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	426	24.73
Add: Purchases - Plus: Achats	995	57.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	463	26.90
Gross Margin - Marge brute	764	44.39
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	298	17.29
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	304	17.68
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,559	90.58
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	162	9.42

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	44	22	13	9	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	87	33	18	14	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	78	35	20	15	6
Quebec - Québec	1,302	621	352	269	119
Ontario	1,331	587	322	265	95
Manitoba	123	49	27	22	7
Saskatchewan	69	37	21	16	6
Alberta	263	128	71	57	21
British Columbia - Colombie-Britannique	383	203	110	93	34
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	2	x	x	x	x
Total Canada	3,695	1,722	957	764	298

Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1995

Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	780	45.72
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	14	0.79
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	794	46.51
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	913	53.49
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,707	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	960	56.26
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	463	27.11
Add: Purchases - Plus: Achats	947	55.47
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	449	26.32
Gross Margin - Marge brute	747	43.74
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	292	17.13
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	352	20.63
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,605	94.02
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	102	5.98

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	25	17	10	7	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	56	32	20	12	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	77	30	19	12	4
Quebec - Québec	806	419	245	174	68
Ontario	1,089	668	365	303	127
Manitoba	68	43	25	17	6
Saskatchewan	62	37	22	15	5
Alberta	272	180	103	77	28
British Columbia - Colombie-Britannique	443	272	146	126	46
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	1	x	x	x	x
Total Canada	2,914	1,707	960	747	292

Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1995

Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,474	33.18
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	13	0.29
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,487	33.47
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,956	66.53
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,443	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,461	55.40
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	670	15.07
Add: Purchases - Plus: Achats	2,511	56.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	720	16.20
Gross Margin - Marge brute	1,982	44.60
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	772	17.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	952	21.42
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,185	94.19
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	258	5.81

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	132	55	29	26	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	275	109	61	49	18
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	283	101	57	44	16
Quebec - Québec	3,233	1,206	662	544	234
Ontario	3,339	1,683	941	742	290
Manitoba	274	122	66	55	18
Saskatchewan	258	100	57	44	15
Alberta	1,089	440	247	194	69
British Columbia - Colombie-Britannique	1,500	609	333	277	101
Yukon Territory - Territoire du Yukon	8	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	x	x	x	x
Total Canada	10,431	4,443	2,461	1,982	772

Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1995
Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,907	36.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	34	0.64
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,941	36.67
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	3,353	63.33
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,294	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,993	56.53
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,155	21.82
Add: Purchases - Plus: Achats	3,063	57.86
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,225	23.14
Gross Margin - Marge brute	2,301	43.47
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	946	17.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,045	19.73
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,984	94.14
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	310	5.86

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	99	47	27	19	7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	59	19	11	8	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	239	124	72	52	19
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	246	100	58	43	14
Quebec - Québec	2,789	1,525	879	645	323
Ontario	2,713	1,823	1,021	803	328
Manitoba	286	174	97	77	24
Saskatchewan	304	154	86	68	21
Alberta	861	616	333	282	100
British Columbia - Colombie-Britannique	1,099	698	400	298	105
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	x	x	x	x
Total Canada	8,716	5,294	2,993	2,301	946

Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1995

Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,322	48.64
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	311	3.50
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,633	52.13
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	4,254	47.87
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,887	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,750	64.70
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,958	22.03
Add: Purchases - Plus: Achats	5,874	66.09
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,081	23.42
Gross Margin - Marge brute	3,137	35.30
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,371	15.42
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,576	17.73
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,697	97.85
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	191	2.15

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	178	100	64	35	14
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18	19	13	6	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	283	160	101	58	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	262	136	88	48	21
Quebec - Québec	2,839	2,533	1,652	881	383
Ontario	3,199	2,956	1,871	1,085	480
Manitoba	353	267	172	94	39
Saskatchewan	352	231	153	78	37
Alberta	991	1,035	671	363	163
British Columbia - Colombie-Britannique	1,345	1,431	950	481	200
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	x	x	x	x
Total Canada	9,840	8,887	5,750	3,137	1,371

Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1995

Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,879	77.72
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	141	5.81
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	2,020	83.53
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	398	16.47
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	2,418	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	1,457	60.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	546	22.57
Add: Purchases - Plus: Achats	1,511	62.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	600	24.84
Gross Margin - Marge brute	961	39.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	409	16.90
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	434	17.96
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	2,299	95.11
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	118	4.89

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	44	15	9	6	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	16	5	3	2	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	137	61	37	24	11
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	84	44	28	16	6
Quebec - Québec	1,264	604	360	244	107
Ontario	1,759	935	561	374	161
Manitoba	93	63	38	25	10
Saskatchewan	118	68	41	27	11
Alberta	355	228	143	85	33
British Columbia - Colombie-Britannique	646	388	233	156	65
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	x	x	x	x
Total Canada	4,523	2,418	1,457	961	409

Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1995

Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	45,744	90.10
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	4,452	8.77
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	50,196	98.87
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	573	1.13
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	50,769	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	42,080	82.89
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	8,474	16.69
Add: Purchases - Plus: Achats	42,825	84.35
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	9,218	18.16
Gross Margin - Marge brute	8,688	17.11
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,684	7.26
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,441	4.81
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	48,206	94.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,563	5.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	160	607	480	127	46
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	58	188	153	35	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	404	1,306	1,094	212	105
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	271	1,118	942	177	83
Quebec - Québec	2,839	11,461	9,460	2,001	839
Ontario	2,610	19,601	16,286	3,315	1,331
Manitoba	274	1,653	1,411	243	107
Saskatchewan	319	1,561	1,301	260	105
Alberta	627	5,568	4,593	975	468
British Columbia - Colombie-Britannique	861	7,621	6,296	1,326	580
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	x	x	x	x
Total Canada	8,441	50,769	42,080	8,688	3,684

Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1995
Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,486	47.42
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	491	3.11
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	7,977	50.53
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,809	49.47
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	15,786	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	12,577	79.67
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	392	2.48
Add: Purchases - Plus: Achats	12,596	79.79
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	410	2.60
Gross Margin - Marge brute	3,209	20.33
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,070	6.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,080	6.84
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	14,727	93.29
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,060	6.71

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	380	357	296	61	26
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	103	101	82	19	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	492	463	365	98	44
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	472	478	396	81	36
Quebec - Québec	4,254	3,541	2,815	726	243
Ontario	5,032	5,738	4,749	989	358
Manitoba	674	723	557	165	49
Saskatchewan	697	537	411	126	39
Alberta	1,767	1,616	1,228	388	120
British Columbia - Colombie-Britannique	1,857	2,181	1,638	543	142
Yukon Territory - Territoire du Yukon	28	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	20	x	x	x	x
Total Canada	15,776	15,786	12,577	3,209	1,070

Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1995

Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,470	78.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,789	14.79
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	11,259	93.06
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	840	6.94
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,099	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,781	56.05
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,592	13.16
Add: Purchases - Plus: Achats	6,904	57.06
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,714	14.16
Gross Margin - Marge brute	5,318	43.95
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,550	21.08
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,995	16.49
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,327	93.61
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	773	6.39

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	424	180	112	68	33
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	111	62	38	24	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	682	314	191	123	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	681	332	213	119	57
Quebec - Québec	6,908	3,096	1,868	1,227	572
Ontario	8,728	4,533	2,509	2,023	981
Manitoba	694	388	217	171	87
Saskatchewan	830	400	221	179	81
Alberta	2,614	1,432	756	675	333
British Columbia - Colombie-Britannique	2,907	1,330	636	694	332
Yukon Territory - Territoire du Yukon	24	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	22	x	x	x	x
Total Canada	24,625	12,099	6,781	5,318	2,550

Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1995
Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,830	8.05
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	30	0.14
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,860	8.19
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	20,876	91.81
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	22,736	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	16,877	74.23
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,963	17.43
Add: Purchases - Plus: Achats	17,144	75.41
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,230	18.61
Gross Margin - Marge brute	5,858	25.77
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,754	12.11
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,792	12.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,423	98.62
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	313	1.38

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	302	429	303	126	46
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	44	97	70	27	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	275	716	546	170	79
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	292	567	405	162	60
Quebec - Québec	1,394	4,623	3,444	1,179	535
Ontario	2,426	8,519	6,254	2,265	1,139
Manitoba	298	1,008	757	251	119
Saskatchewan	311	860	634	226	114
Alberta	491	2,379	1,796	583	258
British Columbia - Colombie-Britannique	538	3,293	2,516	776	364
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	79	x	x	x	x
Total Canada	6,459	22,736	16,877	5,858	2,754

Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1995

Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,972	68.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	106	1.44
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	5,078	69.46
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,232	30.54
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	7,310	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,498	61.54
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,754	24.00
Add: Purchases - Plus: Achats	4,578	62.62
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,834	25.09
Gross Margin - Marge brute	2,812	38.46
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,162	15.89
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,267	17.33
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	6,927	94.76
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	383	5.24

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	342	123	83	40	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	129	45	28	16	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	671	216	129	87	37
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	475	153	98	55	25
Quebec - Québec	3,717	1,675	1,115	559	248
Ontario	5,726	2,776	1,660	1,115	443
Manitoba	560	196	118	77	29
Saskatchewan	488	221	137	84	34
Alberta	1,783	689	409	280	111
British Columbia - Colombie-Britannique	2,349	1,188	702	486	203
Yukon Territory - Territoire du Yukon	28	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	33	x	x	x	x
Total Canada	16,301	7,310	4,498	2,812	1,162

Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1995
Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,319	55.87
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	195	3.29
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,514	59.16
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,426	40.84
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,940	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,620	60.93
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,007	33.78
Add: Purchases - Plus: Achats	3,713	62.51
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,100	35.36
Gross Margin - Marge brute	2,320	39.07
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,062	17.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	899	15.14
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,580	93.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	360	6.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	126	45	28	16	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	38	15	8	7	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	309	143	84	58	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	301	96	59	38	16
Quebec - Québec	2,654	1,152	709	443	205
Ontario	4,709	2,279	1,388	891	407
Manitoba	355	211	132	79	40
Saskatchewan	355	161	92	69	30
Alberta	1,255	744	452	291	138
British Columbia - Colombie-Britannique	1,882	1,074	654	420	184
Yukon Territory - Territoire du Yukon	23	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	x	x	x	x
Total Canada	12,021	5,940	3,620	2,320	1,062

Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1995

Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,105	35.21
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	192	1.65
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,297	36.86
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,356	63.14
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,653	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,856	58.83
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,471	12.62
Add: Purchases - Plus: Achats	6,909	59.29
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,524	13.08
Gross Margin - Marge brute	4,797	41.17
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,470	12.62
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,309	11.23
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	9,634	82.68
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,018	17.32

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	205	134	54	80	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	102	52	26	26	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	610	400	207	193	50
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	336	243	147	96	23
Quebec - Québec	3,331	1,843	1,065	778	264
Ontario	5,780	5,393	3,297	2,095	661
Manitoba	546	346	188	158	42
Saskatchewan	557	263	94	168	36
Alberta	1,767	1,216	854	362	141
British Columbia - Colombie-Britannique	2,611	1,722	905	816	229
Yukon Territory - Territoire du Yukon	14	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	24	x	x	x	x
Total Canada	15,883	11,653	6,856	4,797	1,470

Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Food Products - Produits alimentaires	15.28	12.96	15.20	3.26
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	10.16	7.51	26.05	7.42
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5.47	3.94	28.12	8.04
Household Goods - Articles ménagers	5.38	4.12	23.48	2.51
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6.74	5.51	18.25	1.54
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.99	5.54	20.75	5.11
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	6.79	5.46	19.66	-0.51
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	3.96	3.18	19.87	7.47
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5.80	4.13	28.79	5.77
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	11.31	8.15	27.89	4.79
Other Products - Produits divers	9.66	7.28	24.68	7.68
Grain - Céréales	21.51	19.58	8.97	5.79
Petroleum Products - Produits pétroliers	21.55	18.19	15.61	7.05
All Groups - Tous les groupes	8.94	7.06	21.02	5.01

Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	19.13	15.16	20.75	0.83
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	15.41	9.76	36.74	6.17
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.61	4.72	28.57	4.29
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.87	2.15	44.39	9.42
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	3.74	2.11	43.74	5.98
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	6.40	3.54	44.60	5.81
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4.45	2.51	43.47	5.86
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.40	2.85	35.30	2.15
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	4.22	2.54	39.75	4.89
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5.74	4.76	17.11	5.05
Gasoline Service Stations - Stations-service	39.38	31.39	20.33	6.71
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	7.32	4.10	43.95	6.39
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.55	4.12	25.77	1.38
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.07	2.51	38.46	5.24
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	2.89	1.76	39.07	6.05
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	7.78	4.58	41.17	17.32
All Stores - Ensemble des magasins	7.14	5.22	26.86	4.52

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
501	Farm Products - Produits agricoles	18,423
5011	Livestock - Bétail	1,189
5012	Grain - Céréales	14,722
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	2,512
511	Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816
521	Food - Produits alimentaires	44,135
5211	Confectionery - Confiseries	693
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	1,405
5213	Dairy Products - Produits laitiers	1,754
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	434
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	2,246
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	3,651
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	4,375
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	29,577
522	Beverages - Boissons	3,861
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	999
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	2,862
523	Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette	10,060
5231	Drugs - Médicaments	7,165
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,567
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,328
524	Tobacco Products - Produits du tabac	4,166
531	Apparel - Vêtements	4,452
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons	681
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	1,394
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	383
5314	Footwear - Chaussures	899
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,095
532	Dry Goods - Tissus et articles de mercerie	1,593
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,364
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	229
541	Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareils ménagers électriques et électroniques et leurs pièces	4,938
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,405
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,533
542	Household Furniture - Meubles de maison	512
543	Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement	2,434
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	390
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,404
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	244
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	396
551	Motor Vehicles - Véhicules automobiles	13,415
5511	Automobiles - Automobiles	7,942
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	3,966
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,507
552	Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles	13,796
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	2,947
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles	10,849

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995 - Continued
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995 - suite

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
561	Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal	8,037
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier	3,413
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	2,447
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	979
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	1,198
562	Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	10,887
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	5,777
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	5,110
563	Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	12,539
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	1,316
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	8,191
571	Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379
572	Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction	5,997
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,785
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	3,212
573	Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels	9,869
574	Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	27,125
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	5,478
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	436
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	4,538
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels	16,117
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	556
579	Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	15,746
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	6,671
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,859
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	3,978
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.e.c.	3,238
591	Waste Materials - Matières de rebut	5,205
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	592
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	4,613
592	Paper and Paper Products - Papier et produits du papier	5,170
5921	Newsprint - Papier journal	—
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,474
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	3,696
593	Agricultural Supplies - Fournitures agricoles	7,126
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	1,671
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	975
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	4,480
594	Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport	3,089
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	1,084
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	2,005

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995 - Concluded
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995 - fin

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
595	Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments et accessoires de musique	2,177
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	852
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,325
596	Jewellery and Watches - Bijoux et montres	792
597	Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel	6,946
598	General Merchandise - Marchandise générale	729
599	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	15,523
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,516
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	x
5993	Forest Products - Produits forestiers	611
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	7,990

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
601	Food Stores - Magasins d'alimentation	54,430
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	39,315
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	10,660
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	844
6014	Candy and Nut Stores - Coniferies et magasins de noix	...
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	...
6016	Meat Markets - Marchés de viande	1,062
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.	1,181
602	Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière	6,296
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	x
6022	Wine Stores - Magasins de vin	x
6023	Beer Stores - Magasins de bière	x
603	Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnance et de médicaments brevetés	12,161
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,811
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	...
611	Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722
612	Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707
613	Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames	4,443
614	Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.c.a.	4,693
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	429
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	95
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a.	4,169
615	Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés	601
621	Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison	4,619
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,919
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,547
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	153
622	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	4,269
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	840
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	2,987
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	442
623	Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,216
6232	Drapery Stores - Magasins de tentures	222
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	980

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995 - Continued
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995 - suite

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
631	Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles	45,880
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles neuves	42,990
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	2,890
632	Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir	4,890
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	...
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	2,046
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
633	Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786
634	Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles	5,678
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,598
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	2,080
635	Motor Vehicle Repair Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles	5,967
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	2,794
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,689
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	498
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	...
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	...
639	Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles	455
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.c.a.	...
641	General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736
6411	Department Stores - Magasins à rayons	13,303
6412	General Stores - Magasins généraux	5,889
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,544
651	Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries	1,532
652	Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage	1,072
6521	Florist Shops - Fleuristes	569
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	503
653	Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint	2,771
6531	Hardware Stores - Quincailleries	2,009
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	762
654	Sporting Goods and Bicycle Shops - Magasins d'articles de sport et bicyclettes	2,889
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,670
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	...
655	Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques	1,258
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	387
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	871

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995 - Concluded
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
656	Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,289
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	1,176
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	...
657	Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	504
658	Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,934
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	759
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,175
659	Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	5,358
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.c.a.	490
6592	Opticians' Shops - Opticiens	729
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	...
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	...
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	...
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	571
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	190
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.c.a.	2,512

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1995
Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Household Consumers for Personal Use Consommateurs ménagers pour usage personnel	Retailers for Resale Détaillants pour la revente	Industrial, Commercial and Other Non-Household Users Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Other Wholesalers for Resale Autres grossistes pour la revente	Farmers for Use in Farm Production Agriculteurs pour la production agricole	Foreign Markets Marchés étrangers
		percentage - pourcentage					
Food Products - Produits alimentaires	44,137	3.1	68.2	8.8	17.3	0.1	2.5
Beverage, Drug and tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	18,086	2.2	75.0	7.9	14.0	0.0	0.9
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	6,044	2.8	68.3	11.2	13.7	0.0	4.0
Household Goods - Articles ménagers	7,883	3.4	60.6	20.3	14.1	0.5	1.1
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	27,210	2.5	41.6	24.5	21.8	0.5	9.1
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,924	1.0	22.0	51.1	14.1	1.2	10.6
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046	18.6	20.3	31.1	11.1	1.6	17.3
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379	5.8	6.6	5.9	9.6	64.5	7.6
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	38,082	1.9	13.7	68.0	10.6	1.3	4.5
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	20,655	4.6	13.2	45.0	21.8	0.2	15.2
Other Products - Produits divers	45,059	2.3	22.9	33.1	19.6	8.1	14.0
Grain - Céréales	14,722	0.3	4.0	13.8	11.4	6.3	64.2
Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816	6.3	24.0	26.2	29.6	4.7	9.2
All Groups - Tous les groupes	307,043	4.1	33.9	30.0	17.5	3.7	10.8

Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1995
Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue Contribution aux recettes d'exploitation totales		Number of Locations Nombre d'emplacements	
		Chain Stores	Independent Stores	Chain Stores	Independent Stores
		Magasins à succursales	Magasins indépendants	Magasins à succursales	Magasins indépendants
		percentage -	pourcentage	number -	nombre
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	49,975	49.90	50.10	3,938	16,987
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,454	10.75	89.25	695	8,738
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,162	23.31	76.69	845	6,409
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722	73.71	26.29	2,055	1,640
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707	53.49	46.51	992	1,922
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,443	66.53	33.47	5,115	5,316
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,294	63.33	36.67	3,303	5,413
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,887	47.87	52.13	1,853	7,987
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418	16.47	83.53	522	4,001
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	50,769	1.13	98.87	43	8,398
Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786	49.47	50.53	5,768	10,008
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	6.94	93.06	921	23,704
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736	91.81	8.19	3,623	2,836
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,310	30.54	69.46	2,473	13,828
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,940	40.84	59.16	2,814	9,207
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,653	63.14	36.86	4,948	10,935
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	217,353	38.42	61.58	39,908	137,329

Table 9.0. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada¹, 1989-1995 (base year 1986 = 100)
Tableau 9.0. Commerce de détail - Indices de prix divers¹, Canada, 1989-1995 (année de base 1986 = 100)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	114.0	119.5	126.2	128.1	130.4	130.7	133.5
Food Purchased from Stores Price Index - Indice des prix des aliments achetés au magasin	109.9	114.2	116.9	115.2	117.3	117.4	120.5
Clothing & Footwear Price Index - Indice des prix des vêtements et des chaussures	114.1	117.3	128.4	129.5	130.8	131.8	131.8
Household Furnishings Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement	110.7	112.9	117.3	117.9	119.0	119.3	121.6
Gasoline Price Index - Indice de prix de l'essence	110.3	126.6	124.7	120.2	118.4	117.0	122.4
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	112.4	112.8	110.6	115.1	120.1	128.0	135.5
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	112.8	119.8	127.1	128.0	130.0	124.6	126.5
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	114.1	117.3	128.3	129.1	130.4	131.6	132.5
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	111.8	112.5	112.4	113.7	116.4	120.7	124.5

¹ Source: Prices Division.

¹ Source: Division des prix.

Note: There are no comparable Price Indices for Wholesale Trade.

Nota: Il n'y a pas d'indices de prix comparable pour le commerce de gros.

Methodology

Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Distributive Trades Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

A. Populations

Target Population

The AWRTS target population consists of all Canadian domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

Survey Population

The survey population is the collection of all units from which the survey can realistically obtain information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

Méthodologie

Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division des statistiques du commerce de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

A. Populations

Population cible

La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada. L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournie auparavant.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all Wholesale companies and a subset of retail companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the five Statistics Canada regional offices, or the Operations & Integration Division in Ottawa. Sampled companies provide data by diskette, mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analysed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies de gros et une portion (sous-ensemble) des compagnies du commerce de détail échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quel moment pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuer un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimations pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confiée un poids d'échantillon de cinq.

C. La collecte des données

Les cinq bureaux régionaux de Statistique Canada ainsi que la Division des opérations et de l'intégration à Ottawa font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. Les entreprises échantillonnées fournissent leurs données soit sur disquette, par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmises à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.

D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection manuelle

priority decided by the size of the deviation from average behaviour. These outliers are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

Estimates are imputed for companies who were unable to respond on time, provided some unreliable reported values or ceased their activities during the year. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. There are three methods of imputation: deterministic (when only one value will satisfy the validity rules), imputation by estimation (for example, using the mean value for the trade group by province) or donor (when data from other companies of a similar profile provide the basis for imputing estimates). Imputation by estimation often makes use of historical annualized MWRTS or AWRTS data. If there are insufficient data for an imputation cell (e.g. trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells. Donor imputation is only used as a last resort.

E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of the businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

un seul ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui ont des valeurs aberrantes ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

Des estimations sont imputées pour les compagnies qui n'ont pas pu répondre à temps, fournissent des valeurs douteuses ou ont cessé leurs activités durant l'année. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Il existe trois méthodes d'imputation: déterministe (lorsqu'une seule valeur satisfait les règles de validité), par estimation (par exemple, en utilisant une valeur moyenne pour le groupe de commerce par province) ou par donneur (lorsque des données d'autres compagnies avec un profil similaire ont servi de base pour des estimations à imputer). L'imputation par estimation requiert souvent des données historiques annuelles provenant de l'EMCGD ou de l'EACGD. S'il y a un nombre insuffisant de données pour une cellule d'imputation (exemple, un groupe de commerce dans une région géographique), la cellule est automatiquement gonflée en l'associant avec d'autres cellules semblables. L'imputation par donneur est utilisée en dernier ressort.

E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subseqüemment pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faites à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacment. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 1.0%	Very good
B -	1.1% - 2.5%	Good
C -	2.6% - 5.0%	Good
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreurs, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basées sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'une enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimation à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimation est l'écart-type estimation (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimation comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimations sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 1.0%	Très bonne
B -	1.1% - 2.5%	Bonne
C -	2.6% - 5.0%	Bonne
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rate can be used as indicators of the potential level of non-sampling errors.

Some non-sampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (under coverage), or counted more than once (over coverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (over coverage).

Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimations de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.

Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité des données fournissent les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de \$10 millions, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation est bas et que la fraction de réponse est élevée, meilleure est l'estimation publiée.

Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1995
Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Food Products - Produits alimentaires	85.35	90.71	792	1.6(B)
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	83.88	85.66	273	2.7(C)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	84.72	92.62	746	11.3(E)
Household Goods - Articles ménagers	86.54	93.96	364	4.4(C)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	85.03	89.91	561	2.6(C)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	84.72	92.68	504	4.1(C)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	85.35	88.85	737	3.5(C)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	84.05	88.03	608	3.4(C)
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	84.81	84.96	1,323	2.6(C)
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	78.72	70.90	564	3.8(C)
Other Products - Produits divers	82.95	83.98	1,818	2.8(C)
Grain - Céréales	84.62	86.67	65	4.7(C)
Petroleum Products - Produits pétroliers	81.68	66.34	262	12.6(E)
All Groups - Tous les groupes	84.01	84.59	8,620	1.6(B)

¹ See "Data Quality" for description.¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1995
Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoires, 1995

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	85.88	96.88	296	3.7(C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	84.80	98.48	203	2.4(B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	86.31	97.95	416	3.6(C)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	82.65	91.09	307	2.5(B)
Quebec - Québec	86.18	95.64	1,742	2.1(B)
Ontario	85.32	94.11	2,929	1.5(B)
Manitoba	84.02	94.42	582	1.0(A)
Saskatchewan	84.67	86.48	403	3.3(C)
Alberta	83.81	91.76	810	9.7(D)
British Columbia - Colombie-Britannique	84.69	98.53	803	2.5(B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	75.44	94.55	53	0.6(A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	77.22	98.07	76	1.3(B)

¹ See "Data Quality" for description..¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1995
Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	81.43	91.79	2,063	1.5(B)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	74.31	81.66	942	8.2(D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	84.53	91.89	1,280	3.3(C)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	82.55	91.90	298	8.9(D)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	82.91	88.18	316	3.5(C)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	78.32	85.54	559	2.8(C)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	79.89	82.11	741	3.0(C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	81.84	81.26	1,250	2.5(B)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	79.35	79.44	949	3.5(C)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	89.66	93.52	1,557	4.7(C)
Gasoline Service Stations - Stations-service	78.74	91.56	1,204	3.0(C)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	80.13	86.22	2,239	2.5(C)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	80.22	97.79	465	
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	79.86	80.41	1,981	0.5(A)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	81.77	84.98	1,333	2.7(C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	80.18	92.35	1,973	1.6(B)
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	81.15	90.37	19,150	1.2(B)

¹ See "Data Quality" for description..¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1995
Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1995

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	84.19	99.41	1,130	1.9(B)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	87.50	99.67	445	1.7(B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83.79	98.47	1,164	2.3(B)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	84.95	98.76	1,109	2.4(B)
Quebec - Québec	80.50	98.13	3,962	2.1(B)
Ontario	82.93	98.96	3,892	2.2(B)
Manitoba	81.82	98.54	1,307	2.3(B)
Saskatchewan	84.78	98.34	971	2.0(B)
Alberta	81.14	98.95	2,051	6.6(D)
British Columbia - Colombie-Britannique	82.57	98.58	2,715	2.0(B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	77.33	99.64	200	0.6(A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	74.14	99.62	204	3.1(C)

¹ See "Data Quality" for description.¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Wholesale Trade Section (613) 951-0062 or the Retail Trade section at (613) 951-5705 (facsimile number for both (613) 951-3522).

Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification type des industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la Section du commerce de gros (613) 951-0062 ou la Section du commerce de détail au (613) 951-5705 (numéro de télécopieur pour les deux (613) 951-3522).

Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recoupements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.

Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

Wholesale Trade - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers. Excludes agents and brokers.

Retail Trade - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Reporting period - The 1995 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1995 and March 31, 1996.

Kind-of-business - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

Sales - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Sales by class of customer - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers (not for business use); retailers; wholesalers; industrial,

Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

Commerce de gros - La vente de marchandises à son propre compte aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs. Sont exclus les activités d'agents et de courtiers.

Commerce de détail - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail. Ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail: par exemple, les ventes directes par démarchage; les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs; les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques; et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Période de déclaration - L'année civile 1995 ou tout exercice financier se terminant entre le 1^{er} avril 1995 et le 31 mars 1996.

Genre de commerce - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

Ventes - Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de vente directes sont exclues.

Ventes par type de clientèle - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux

commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

Sales of goods purchased for resale on own account - Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

Commission revenue - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

Sales of goods of own manufacture - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

Labour receipts from installation and repair of goods - Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

Revenues from rental and leasing of goods and equipment - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

Other operating revenue - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

Total operating revenue - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

Non-operating revenue - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

Purchases - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents, import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

Cost of goods sold - This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing inventory.

grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte - Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Commissions - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

Ventes de produits de propre fabrication - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et la réparation de biens - Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

Recettes provenant de la location de biens et de matériel - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

Autres recettes d'exploitation - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toutes autres recettes d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

Recettes d'exploitation totales - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

Recettes hors exploitation - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

Achats - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

Prix de revient - On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

Gross margin - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

Employee earnings and benefits - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Other operating expenses - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

Opening and closing inventories - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded. Inventory data can be reported at cost price, market price (current replacement cost), lower of cost or market price, or selling.

Retail location - A business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc..

Chain organization - An organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an **independent organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

Number of Locations - Locations that contributed to the total operating revenue during the reporting period irrespective of the length of time they were opened.

Operating Profit - This value is obtained by calculating: Total operating revenue - total operating expenses.

Marge brute - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

Rémunération et avantages sociaux des employés - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages imposables. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Autres dépenses d'exploitation - Inclus le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

Stocks d'ouverture et de fermeture - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses. Les données sur les stocks peuvent être déclarées au prix coûtant, au prix du marché (au coût courant de remplacement), plus bas que le prix coûtant ou du marché et au prix de vente.

Point de vente au détail - Un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc..

Entreprise de magasins à succursales - Toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des **entreprises indépendantes**. Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales.

Nombre de locaux d'affaires - Locaux qui ont contribué aux recettes d'exploitation totales durant la période de déclaration sans égard à la durée de leur contribution.

Bénéfice d'exploitation - On obtient cette donnée en calculant: recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

Profit Margin - This value is obtained by calculating: Operating profit ÷ total operating revenue.

Operating Revenue to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Total operating revenue ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Cost of Goods Sold to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Cost of Goods Sold ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

Employee - Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

Marge de profit - On obtient cette donnée en calculant: Bénéfice d'exploitation ÷ recettes d'exploitation totales.

Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Recettes d'exploitation totales ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Ratio du prix de revient aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Prix de revient ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

Salarié - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.

Appendix I



Industry Division

Annual Wholesale and
Retail Trade Survey 1995

Appendice I

Si vous préférez recevoir ce questionnaire
en français, veuillez téléphoner au numéro
approprié indiqué dans la section 2.

Correct pre-printed information if necessary using the
corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business Name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal code

1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING

AUTHORITY

Collected under the authority of the Statistics Act, Revised
Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

PURPOSE OF THE SURVEY

Data collected by this survey are used to provide
aggregated industry information required by governments to
develop national and regional economic programs and
policies. This information is also used by the private sector to
assist in decision making and to assess business
conditions. The results of this survey are published in
Statistics Canada catalogue number 63-236.

CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any
statistics which would divulge information obtained from this
survey that relate to any identifiable business without the
previous written consent of that business. The data reported

on this questionnaire will be treated in strict confidence.
They will be used exclusively for statistical purposes and will be
published in aggregate form only. The confidentiality provisions of
the Statistics Act are not affected by either the Access to
Information Act or any other legislation.

DATA SHARING AGREEMENTS

To avoid duplication of enquiry and to provide consistent
statistics, agreements have been made under Section 11 of the
Statistics Act, to exchange information collected by this survey
with the Bureaus of Statistics of Alberta and Manitoba.
Agreement has also been made under Section 12 of the
Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics
for the sharing of information from this survey. Under Section 12,
you may refuse to share your information with the Northwest
Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician
and returning your letter of objection along with the completed
questionnaire.

2 - INQUIRIES

If you require assistance in the
completion of the questionnaire or
have any questions regarding the
survey, please call the nearest
Statistics Canada Regional Office.

Halifax
Montréal
Toronto
Edmonton
Vancouver

LOCAL

426 - 5662
283 - 5724
954 - 9069
495 - 4627
666 - 2100

TOLL FREE

1 - 800 - 565 - 1685
1 - 800 - 363 - 6720
1 - 800 - 263 - 3072
1 - 800 - 661 - 9884
1 - 800 - 663 - 0172

FAX

902 - 426 - 8292
514 - 283 - 7969
416 - 973 - 6524
403 - 495 - 4788
604 - 666 - 6495

3 - REPORTING PERIOD

Please report for your 1995 fiscal year (*normal business year*)
ending any time between April 1, 1995 and March 31, 1996

FROM

D	M	Y
---	---	---

 TO

D	M	Y
---	---	---

4 - KIND OF BUSINESS

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the estimated percentage of total operating revenue

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - REVENUE BY CLASS OF CUSTOMER

Indicate the estimated percentage of total operating revenue:

5.1	Made to households or individuals for personal use	%
5.2	Made to retail businesses	%
5.3	Made to wholesale businesses	%
5.4	Made to industrial, commercial and other business users	%
5.5	Made to farmers, for farm operations	%
5.6	Made to clients outside Canada (exports)	%
5.7	Total	100 %

5-3100-1687.1: 1995-11-27 STC/IND-375-75008



Statistics
Canada
Statistique
Canada

Canada

6 - REVENUE		
6.1	Sales of goods purchased for resale (<i>Report gross sales of new and / or used goods less returns, discounts, provincial sales taxes and GST. Do not deduct the value of trade-ins</i>)	\$.00
6.2	Commission revenue (<i>Gross earnings from selling and buying goods on account of others</i>)	\$.00
6.3	Sales of goods of own manufacture	\$.00
6.4	Labour receipts from installation and repair of goods (<i>Report parts in (6.1) above</i>)	\$.00
6.5	Revenue from rental and leasing of goods and equipment	\$.00
6.6	Other operating revenue (<i>such as rental from real estate, food serving and other service activities</i>)	\$.00
6.7	Total Operating Revenue (<i>Sum of 6.1 to 6.6 above</i>)	\$.00
6.8	Non-operating revenue (<i>such as subsidies, interest, dividends and gains on disposal of investments and capital assets</i>)	\$.00
6.9	Total Revenue (<i>Sum of 6.7 and 6.8</i>)	\$.00

7 - COST OF GOODS SOLD		
7.1	Opening inventory	\$.00
7.2	Purchases of new and used goods for resale (<i>Include freight-in and the value of goods taken in trade, less returns and discounts.</i>)	\$.00
7.3	Closing inventory	\$.00
7.4	Cost of goods sold (<i>Sum of 7.1 and 7.2 less 7.3</i>)	\$.00

8 - EXPENSES		
8.1	Salaries, wages and benefits: (<i>Include bonuses, commissions and any other payments to employees. Report gross payments before deductions for such items as income tax, pension plans, U.I. premiums</i>)	\$.00
8.2	Depreciation on buildings and other fixed assets	\$.00
8.3	Interest expenses	\$.00
8.4	Other expenses (<i>Exclude income taxes</i>)	\$.00
8.5	Total expenses (<i>Sum of 8.1 to 8.4</i>)	\$.00

9 - LOCATIONS AND PROVINCIAL DISTRIBUTION		
9.1	Indicate the number of trading locations operated in Canada during your reporting period, irrespective of the length of time they were open. ➔	
9.2	Do you operate in more than one province? <input type="checkbox"/> No ➔ Skip to 10 <input type="checkbox"/> Yes ➔ If yes, report the following items.	

Province / Territory	Trading Locations (9.1)	Operating Revenue (6.7)	Salaries, Wages and Benefits (8.1)	Cost of Goods Sold (7.4)
	Number	\$ or %	\$ or %	\$ or %
Newfoundland				
Prince Edward Island				
Nova Scotia				
New Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
British Columbia				
Yukon Territory				
Northwest Territories				
Canada				

10 - CERTIFICATION			
I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief.			
Signature of authorized person	Title		Date
Name of contact for further information	Telephone no. (Area)	Facsimile no. (Area)	



Division de l'industrie

Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1995

If you prefer this questionnaire in English, please call the appropriate number indicated in section 2.

Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal

1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE

AUTORITÉ

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

BUT DE L'ENQUÊTE

Les données recueillies par cette enquête sont requises par les différents paliers de gouvernements pour élaborer des programmes économiques nationaux et régionaux. Le secteur privé se sert de ces données pour élaborer des décisions d'affaires et pour évaluer les conditions du marché. Les résultats de cette enquête sont publiés dans le catalogue 63-236 de Statistique Canada.

CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques qui pourraient divulguer tout renseignement permettant d'identifier une entreprise sans que celle-ci en ait donné l'autorisation par écrit au préalable. Les données du questionnaire demeureront confidentielles. Elles ne serviront

qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme agrégée seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer l'uniformité des données, Statistique Canada a conclu une entente en vue de l'échange des données de la présente enquête, avec les bureaux de la statistique de l'Alberta et du Manitoba, aux termes de l'article 11 de la Loi sur la statistique et avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest, aux termes de l'article 12 de la Loi sur la statistique. En vertu de l'article 12, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest en informant par écrit le statisticien en chef et en retournant votre lettre et le questionnaire dûment rempli.

2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

	HALIFAX	APPEL LOCAL	SANS FRAIS	TÉLÉCOPIEUR
Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou si vous avez des questions concernant l'enquête, adressez-vous au bureau régional de Statistique Canada le plus près.	Halifax	426 - 5662	1 - 800 - 565 - 1685	902 - 426 - 8292
	Montréal	283 - 5724	1 - 800 - 363 - 6720	514 - 283 - 7969
	Toronto	954 - 9069	1 - 800 - 263 - 3072	416 - 973 - 6524
	Edmonton	495 - 4627	1 - 800 - 661 - 9884	403 - 495 - 4788
	Vancouver	666 - 2100	1 - 800 - 663 - 0172	604 - 666 - 6495

3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION

Veuillez déclarer votre année financière de 1995 (*année d'affaire*)

se terminant à n'importe quelle date entre le 1er avril 1995 et le 31 mars 1996.

DU

J	M	A
---	---	---

 AU

J	M	A
---	---	---

4 - GENRE D'EXPLOITATION

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales.

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE

Indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales:

5.1	Faites aux ménages et individus pour usages personnels		%
5.2	Faites aux détaillants		%
5.3	Faites aux grossistes		%
5.4	Faites aux industriels, commerçants et autres consommateurs		%
5.5	Faites aux agriculteurs, pour la production agricole		%
5.6	Faites aux exportateurs		%
5.7	Total	100	%

5-3100-1887.2: 1995-11-27 SOC/IND-375-75008



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

6 - RECETTES				
6.1	Ventes de marchandises achetées pour la revente (Déclarez les ventes brutes de marchandises neuves ou d'occasion, moins les rendus, les ajustements, les taxes de vente provinciales et la TPS. Ne déduisez pas la valeur des reprises.)			\$.00
6.2	Commissions (Revenu brut de l'achat ou de la vente de marchandises pour le compte d'autrui)			\$.00
6.3	Ventes de produits de propre fabrication			\$.00
6.4	Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens (Déclarez les pièces au point (6.1) ci-dessus)			\$.00
6.5	Recettes provenant de la location de biens et de matériel			\$.00
6.6	Autres recettes d'exploitation (Ex. location de biens immobiliers, prestation de services de restauration et d'autres services)			\$.00
6.7	Recettes d'exploitation totales (Somme de 6.1 à 6.6)			\$.00
6.8	Recettes hors exploitation (Ex. subventions, intérêts et dividendes, et gains résultant de la vente de biens immobiliers et de placements)			\$.00
6.9	Recettes totales (Somme de 6.7 et 6.8)			\$.00
7 - COÛT DES VENTES				
7.1	Stocks d'ouverture			\$.00
7.2	Achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente (Inclure les frais de transport, la valeur des reprises, moins les rendus, les ajustements et les rabais.)			\$.00
7.3	Stocks de fermeture			\$.00
7.4	Coût des ventes (Somme de 7.1 plus 7.2) moins 7.3			\$.00
8 - DÉPENSES				
8.1	Salaires, traitements et avantages sociaux (Inclure les primes, commissions et autres paiements versés aux employés. Déclarez les paiements bruts avant les retenues tels que l'impôt sur le revenu, les régimes de pensions, les primes d'assurance-chômage)			\$.00
8.2	Dépenses d'amortissement sur les immobilisations			\$.00
8.3	Dépenses d'intérêts			\$.00
8.4	Autres dépenses (Exclure les impôts)			\$.00
8.5	Dépenses totales (Somme de 8.1 à 8.4)			\$.00
9 - EMPLACEMENTS ET RÉPARTITION PROVINCIALE				
9.1	Indiquez le nombre d'emplacements exploités au Canada durant votre période de déclaration, ➔			
9.2	Exploitez-vous votre commerce dans plus d'une province? <input type="checkbox"/> Non ➔ Passez à 10 <input type="checkbox"/> Oui ➔ Si oui, fournissez les données suivantes:			
Province / Territoire	Emplacements (9.1)	Recettes d'exploitation totales (6.7)	Salaires, traitements et avantages sociaux des employés (8.1)	Coût des ventes (7.4)
	Nombre	\$ ou %	\$ ou %	\$ ou %
Terre-Neuve				
Île-du-Prince-Édouard				
Nouvelle-Écosse				
Nouveau-Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
Colombie-Britannique				
Territoire du Yukon				
Territoires du Nord-Ouest				
Canada				
10 - ATTESTATION				
J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je le sache, complets et exacts.				
Signataire autorisé		Fonction		Date
Pour plus de renseignements, contactez		N° de téléphone (Indicatif)		N° de télécopieur (Indicatif)

Appendix II

Trade Group Coverage
Wholesale Trade, 1995

011 Food Products

- 5211 Confectionery
- 5212 Frozen Foods (Packaged)
- 5213 Dairy Products
- 5214 Poultry and Eggs
- 5215 Fish and Seafood
- 5216 Fresh Fruit and Vegetables
- 5217 Meat and Meat Products
- 5219 Other Foods

012 Beverage, Drug and Tobacco Products

- 5221 Non-Alcoholic Beverages
- 5222 Alcoholic Beverages
- 5231 Drugs
- 5232 Toilet Soaps and Preparations
- 5239 Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
- 5241 Tobacco Products

020 Apparel and Dry Goods

- 5311 Men's and Boys' Clothing and Furnishings
- 5312 Women's, Misses' and Children's Outerwear
- 5313 Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
- 5314 Footwear
- 5319 Other Apparel
- 5321 Piece Goods
- 5329 Notions and Other Dry Goods

030 Household Goods

- 5411 Electrical Household Appliances
- 5412 Electronic Household Appliances
- 5421 Household Furniture
- 5431 China, Glassware, Crockery and Pottery
- 5432 Floor Coverings
- 5433 Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
- 5439 Other Household Furnishings

040 Motor Vehicles, Parts and Accessories

- 5511 Automobiles
- 5512 Trucks and Buses
- 5519 Other Motor Vehicles and Trailers
- 5521 Tires and Tubes
- 5529 Other Motor Vehicle Parts and Accessories

050 Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies

- 5611 Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
- 5612 Other Iron and Steel Products
- 5613 Non-Ferrous Metal and Metal Products
- 5619 Combination Metal and Metal Products
- 5621 Hardware
- 5622 Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies

060 Lumber and Building Materials

- 5631 Lumber, Plywood and Millwork
- 5632 Paint, Glass and Wallpaper
- 5639 Other Building Materials

Appendice II

Couverture des groupes de commerce
Commerce de gros, 1994

011 Produits alimentaires

- 5211 Confiseries
- 5212 Produits alimentaires congelés (emballés)
- 5213 Produits laitiers
- 5214 Volaille et oeufs
- 5215 Poisson et fruits de mer
- 5216 Fruits et légumes frais
- 5217 Viande et produits de la viande
- 5219 Autres produits alimentaires

012 Boissons, médicaments et tabac

- 5221 Boissons non-alcooliques
- 5222 Boissons alcooliques
- 5231 Médicaments
- 5232 Savons et produits de toilette
- 5239 Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
- 5241 Produits du tabac

020 Vêtements et articles de mercerie

- 5311 Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons
- 5312 Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
- 5313 Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
- 5314 Chaussures
- 5319 Autres vêtements
- 5321 Tissus à la pièce
- 5329 Articles de mercerie

030 Articles ménagers

- 5411 Appareils ménagers électriques
- 5412 Appareils ménagers électroniques
- 5421 Meubles de maison
- 5431 Porcelaine, verrerie, faïence et poterie
- 5432 Revêtements de sol
- 5433 Linge de maison, tentures et autres articles de textile
- 5439 Autres accessoires ménagers d'ameublement

040 Véhicules automobiles, pièces et accessoires

- 5511 Automobiles
- 5512 Camions et autobus
- 5519 Autres véhicules automobiles
- 5521 Pneus et chambres à air
- 5529 Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles

050 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage

- 5611 Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
- 5612 Autres produits en fer et en acier
- 5613 Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
- 5619 Combinaisons de métaux et produits en métal
- 5621 Articles de quincaillerie
- 5622 Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation

060 Bois et matériaux de construction

- 5631 Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
- 5632 Peintures, vitres et papiers peints
- 5639 Autres matériaux de construction

070	Farm Machinery, Equipment and Supplies	070	Machines, matériel et fournitures agricoles
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies	5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
081	Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies	081	Machines, matériel et fournitures industriels et autres
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies	5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies	5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies	5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material	5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies	5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies	5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies	5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies	5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies	5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.	5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
082	Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery	082	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)	5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software	5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels
090	Other Products	090	Produits divers
5011	Livestock	5011	Bétail
5019	Other Farm Products	5019	Autres produits agricoles
5911	Automobile Wrecking	5911	Démontage d'automobiles
5919	Other Waste Materials	5919	Autres matières de rebut
5921	Newsprint	5921	Papier journal
5922	Stationery and Office Supplies	5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Other Paper and Paper Products	5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Agricultural Feeds	5931	Aliments pour animaux
5932	Seeds and Seed Processing	5932	Semences et traitement des semences
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies	5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Toys, Novelties and Fireworks	5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Amusement and Sporting Goods	5942	Articles de loisir et de sport
5951	Photographic Equipment and Supplies	5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Musical Instruments and Accessories	5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Jewellery and Watches	5961	Bijoux et montres
5971	Industrial and Household Chemicals	5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	General Merchandise	5981	Marchandise générale
5991	Books, Periodicals and Newspapers	5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)	5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Forest Products	5993	Produits forestiers
5999	Other Products n.e.c.	5999	Autres produits n.c.a.
100	Grain	100	Céréales
5012	Grain	5012	Céréales
110	Petroleum Products	110	Produits Pétroliers
5111	Petroleum Products	5111	Produits pétroliers

Appendix III

Trade Group Coverage Retail Trade, 1995

010 Supermarkets and Grocery Stores

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery Stores (Excluding Supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery Products Stores
- 6014 Candy and Nut Stores
- 6015 Fruit and Vegetable Stores
- 6016 Meat Markets
- 6019 Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.

030 Drug and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent Medicine and Toiletries Stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe Stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's Clothing Stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's Clothing Stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's Clothing Stores
- 6142 Fur Stores
- 6149 Other Clothing Stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and Yarn Stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
- 6212 Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
- 6213 Furniture Refinishing and Repair Shops
- 6221 Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
- 6222 Television, Radio and Stereo Stores
- 6223 Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor Covering Stores
- 6232 Drapery Stores
- 6239 Other Household Furnishings Stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (New) Dealers
- 6312 Automobile (Used) Dealers
- 6321 Motor Home and Travel Trailer Dealers

Appendice III

Couverture des groupes de commerce Commerce de détail, 1995

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries - pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage

6322 Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers

6323 Motorcycle and Snowmobile Dealers

6329 Other Recreational Vehicle Dealers

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline Service Stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and Auto Supply Stores

6342 Tire, Battery, Parts and Accessories Stores

6351 Garages (General Repairs)

6352 Paint and Body Repair Shops

6353 Muffler Replacement Shops

6354 Motor Vehicle Glass Replacement Shops

6355 Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops

6359 Other Motor Vehicle Repair Shops

6391 Car Washes

6399 Other Motor Vehicle Services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department Stores

6412 General Stores

6413 Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and Stationery Stores

6521 Florist Shops

6522 Lawn and Garden Centres

6531 Hardware Stores

6532 Paint, Glass and Wallpaper Stores

6581 Toy and Hobby Stores

6582 Gift, Novelty and Souvenir Stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting Goods Stores

6542 Bicycle Shops

6551 Musical Instrument Stores

6552 Record and Tape Stores

6561 Jewellery Stores

6562 Watch and Jewellery Repair Shops

6571 Camera and Photographic Supply Stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor Stores

6022 Wine Stores

6023 Beer Stores

6591 Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.

6592 Opticians' Shops

6593 Art Galleries and Artists' Supply Stores

6594 Luggage and Leather Goods Stores

6595 Monument and Tombstone Dealers

6596 Pet Stores

6597 Coin and Stamp Dealers

6598 Mobile Home Dealers

6599 Other Retail Stores, n.e.c.

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 Quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6



PHONE

1 800 267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S., and in the Ottawa area, call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX

1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA, MasterCard and purchase orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

()

()

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase
Order Number
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	DISCOUNT (if applicable)
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)
▶ GST Registration # R121491807	GRAND TOTAL
	PF 097019

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Opérations et intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



TÉLÉPHONE

1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



TÉLÉCOPIEUR

1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopieur tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

()

()

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$



N° du bon de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

▶	Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	TOTAL	
		RÉDUCTION (s'il y a lieu)	
▶	L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	TPS (7 %)	
		(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
▶	Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	TVP en vigueur	
		(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
▶	Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)	
		TOTAL GÉNÉRAL	
▶	Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.		
▶	TPS N° R121491807		
		PF097019	

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada
Statistics Canada

Canada

FIND STRENGTH IN NUMBERS!

Let us show you how to take advantage of the multitude of data available from Canada's leading statistical agency.

Statistics Canada is the first-hand source of information about Canada, its economy, its institutions and its people. We collect and maintain hundreds of databases of reliable information; from patterns in family expenditures to international trade statistics; from details on Canadians' health and educational qualifications to employment and labour trends. We can produce comprehensive profiles of Canada's society and economy using the data from over 400 surveys.

Our **Advisory Services** team of expert consultants is here to help you discover Statistics Canada. We will work with you to define your needs, sift through our vast resources and put together an information package designed to meet those needs. Our highly trained staff:

- can analyze and interpret your customized data packages
- provide you with ongoing support through our telephone enquiry service
- offer workshops and seminars on a wide range of topics

We can even conduct surveys tailored to your specialized requirements.

In today's complex social and economic climates, accurate and up-to-date information is an essential tool for performing such detail-intensive tasks as researching, planning, teaching or analyzing. Rely on the expertise at Statistics Canada to provide you with the information and services you need, quickly, professionally and cost effectively.

Call us today and discover how to get our numbers working for you!

LES CHIFFRES FONT LA FORCE!

Découvrez comment tirer parti de la multitude de données offertes par le chef de file canadien en matière de statistiques.

Statistique Canada est la source directe des données sur le Canada, son économie, ses institutions et sa population. Nous compilons et tenons à jour des centaines de bases de données fiables, à partir des habitudes de dépense des familles aux statistiques sur le commerce international et des détails relatifs à la santé et aux niveaux d'instruction des Canadiens aux tendances de l'emploi et de la main-d'œuvre. Nous sommes en mesure de préparer des portraits descriptifs de la société et l'économie canadiennes à l'aide de données provenant de plus de 400 enquêtes.

L'équipe d'experts-conseils de nos **services consultatifs** est là pour vous aider à mieux connaître Statistique Canada. Nous travaillerons avec vous à définir vos besoins, à passer en revue nos vastes ressources et à rassembler des documents pouvant répondre à ces besoins. Notre personnel hautement qualifié :

- peut analyser et interpréter vos ensembles de données personnalisés
- vous offre un appui constant grâce à notre service de renseignements téléphonique
- organise des ateliers et des conférences sur une large gamme de sujets

Nous pouvons même mener des enquêtes spécifiquement conçues pour répondre à des besoins particuliers.

Dans un contexte social et économique de plus en plus complexe, des

renseignements exacts et à jour sont un outil essentiel pour mener à bien des tâches aussi précises que la recherche, la planification, l'enseignement ou l'analyse. Fiez-vous à l'expertise de Statistique Canada pour obtenir les renseignements et les services dont vous avez besoin de manière rapide, professionnelle et rentable.

Téléphonez-nous dès aujourd'hui et découvrez comment vous pouvez profiter de nos chiffres!

National ENQUIRIES line / Service national de RENSEIGNEMENTS: 1-800-263-1136

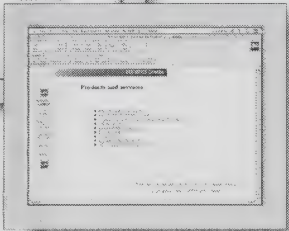
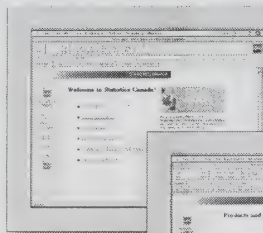
National ORDER line / Service national de COMMANDES: 1-800-267-6677

National TDD line / Service national ATS: 1-800-363-7629

<i>Region / Région</i>	<i>Local calls / Appel local</i>	<i>Fax / Télécopieur</i>
Atlantic Region / Région de l'Atlantique	(902) 426-5331	(902) 426-9538
Québec Region / Région du Québec	(514) 283-5725	(514) 283-9350
National Capital Region / Région de la capitale nationale	(613) 951-8116	(613) 951-0581
Ontario Region / Région de l'Ontario	(416) 973-6586	(416) 973-7475
Pacific Region / Région du Pacifique	(604) 666-3691	(604) 666-4863
Prairies and N.W.T. / Prairies et T.N.-O.		
Manitoba	(204) 983-4020	(204) 983-7543
Saskatchewan	(306) 780-5405	(306) 780-5403
Southern Alberta / Sud de l'Alberta	(403) 292-6717	(403) 292-4958
Northern Alberta and N.W.T. / Nord de l'Alberta et T.N.-O.	(403) 495-3027	(403) 495-5318

GET Connected

TO STATISTICS
CANADA'S
ON-LINE
CATALOGUE
OF PRODUCTS
AND SERVICES



Internet users now can link up to **Information on Products and Services (IPS)**, Statistics Canada's newly expanded on-line catalogue.

Up-to-date and complete, **IPS** is a fully searchable listing of all current Statistics Canada publications, research papers, electronic products and services. It is the most extensive reference source available on all of Statistics Canada's information assets.

As part of our World Wide Web site, the **IPS** connects users to more than 2,000 entries documenting the full range of Statistics Canada products and services. With **IPS**, you find what you want, when you want it. Whether you're searching for the latest census information, health sector tables or news-breaking economic reports, **IPS** has it listed.

Not sure exactly what you're looking for? No problem! **IPS** features a powerful **search tool** that locates thematically related products and services in a matter of seconds. Just type in the word that fits best and the system will point you to the sources where information is available. It's that easy.

YOUR INTERNET ACCESS ROUTE TO STATISTICS CANADA DATA

To start your search, go to "Products and Services" and then click on "Catalogue". Simple on-screen directions will guide you along.

As you will see, **IPS** provides you with key information on Statistics Canada releases: who to contact for customized data retrievals, what you can download either free of charge or at cost, and how you can obtain what you see listed on-screen. **IPS** also highlights time-saving features of the products and services we sell from our nine reference centres across Canada. It's the kind of information you need most when making those important purchase decisions.

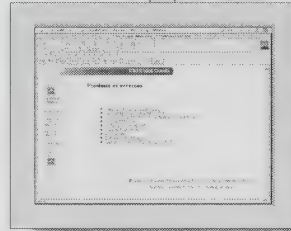
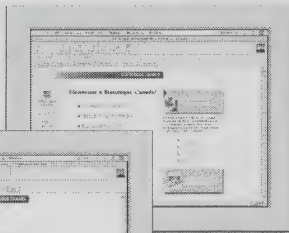
The Statistics Canada Web Site "is full of interesting facts and figures. There is no better place to get the big picture on the Canadian economy."

— David Zgodzinski
The Globe and Mail

Visit our Web site **TODAY** and discover how easily **IPS** can work for you.

Branchez- VOUS

AU CATALOGUE
EN LIGNE DES
PRODUITS ET
SERVICES DE
STATISTIQUE
CANADA



Les internautes peuvent maintenant se relier au nouveau catalogue augmenté de Statistique Canada, **Information sur des**

produits et services (IPS). À jour et complet, **IPS** offre une liste détaillée et facile à consulter des documents de recherche, produits électroniques, services et publications actuels de Statistique Canada. Il constitue la source de référence la plus complète sur les fonds d'information de l'agence.

Accessible à partir de notre site Web, **IPS** relie les utilisateurs à plus de 2 000 entrées décrivant la gamme complète des produits et services de Statistique Canada et leur permet de trouver ce qu'ils cherchent au moment où ils en ont besoin. Quelle que soit l'information recherchée, renseignements du plus récent recensement, tableaux sur le secteur de la santé ou rapports d'actualité sur l'économie, vous la trouverez dans **IPS**.

Vous ne savez pas exactement ce que vous cherchez? Aucun problème! **IPS** offre un **outil de recherche** puissant qui permet de repérer en quelques secondes les produits et services associés à un thème particulier. Il suffit de taper le mot qui décrit le mieux l'information recherchée pour que le système vous indique les sources où elle figure. C'est tout aussi simple que cela.

VOTRE CHEMIN D'ACCÈS INTERNET VERS LES DONNÉES DE STATISTIQUE CANADA

Pour commencer votre recherche, choisissez «Produits et services» puis cliquez sur «Catalogue». Des directives simples à l'écran vous aideront à naviguer.

Vous constaterez que **IPS** offre des renseignements essentiels sur les produits offerts par Statistique Canada : personne-ressource pour l'adaptation des extractions de données, ce que vous pouvez télécharger gratuitement ou moyennant des frais, comment obtenir les produits ou services qui figurent dans la liste à l'écran. **IPS** vous fait aussi gagner du temps en vous présentant les points saillants des produits et services vendus dans nos neuf centres de consultation au Canada. C'est le genre d'information essentielle dont vous avez besoin pour prendre des décisions d'acquisition importantes.

Le site Web de Statistique Canada «regorge de faits et chiffres intéressants. Aucune autre source n'offre une meilleure perspective globale sur l'économie canadienne.»

— David Zgodzinski
The Globe and Mail

Visitez notre site Web dès **AUJOURD'HUI** et découvrez la souplesse et l'efficacité de **IPS**.

<http://www.statecan.ca>

